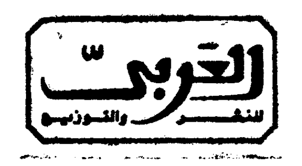
تكنولوجيا الاتصال والثقافة

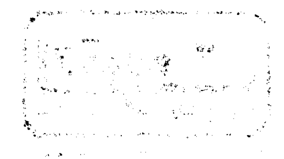
بين النظرية والتطبيق

دكتور

عبد الفتاح ابراهيم عبد النبى







بسم الله الرحمن الرحيم



مقدمة

مما لا شك فيه ، اننا نعيش عصر الاتصال ، وهذا العصر يتميز بتطور هائل فى التكنولوجيا وبتفجر المعلومات وتدفقها بصورة لم يألفها او يكن يحلم بها الجنس البشرى من قبل . فالثورة الاتصالية التى يشهدها عالم اليوم تنطوى على امكانيات غير محددة لتعاظم وتوالد المعرفة والمعلومات والاسراع فى نشرها وتداولها ، وفى طرح تأثيراتها الثقافية فى صورة ملحة . وقد لا يجد الفرد فى المجتمع مهربا او ملاذا ليحمى ذاتيته فى وجه تلك التأثيرات المتتالية والمتعاظمة . ومن الصعوبة بمكان تصور انسان حقبة التسعينيات يعيش فى عالم اليوم دون أن يتأثر بدرجة او بأخرى بتقنيات الاتصال الحديثة .

ومع هذه الثورة الاتصالية ، والتى قاربت ذروتها مؤخرا من خلال البث التليفزيونى المباشر والوشيك عبر الاقمار الصناعية وتزايد المخاوف من التأثيرات الثقافية لهذا التطور التكنولوجى على المجتمعات المحلية ، أعيد طرح قضية العلاقة بين الاتصال والثقافة ، وتزايد الاهتمام بهذه القضية مؤخرا ، سواء على صفحات الصحف والمجلات المتخصصة ، او من خلال الندوات والاجتماعات العامة ، التى عقدت لمناقشة قضايا التبعية الثقافية ، والغزو الثقافى وحماية الذاتية الثقافية ازاء التهديدات التى تحملها تقنيات الاتصال الحديثة .

بيد أن المتتبع لسير المناقشات فى هذا الجانب وللاراء والأفكار التى طرحت خلالها ، يلاحظ غلبة الاحكام الانطباعية والذاتية الشديدة فى عرض ومناقشة هذا الموضوع وتحليل العلاقة بين الاتصال والثقافة ، وتفاوت الآراء فى هذا المجال بين التهوين الشديد من تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية ، والتهويل المفرط من تأثير هذه التكنولوجيا ، بين من يرى فى البث المباشر مثلا اثراء للثقافة المحلية ، وان هذه الثقافة بحكم

ميراثها التاريخى والحضـــارى قادرة على استيعاب وتطويع كل ما هو وافد او غريب ، وبين من يرى عكس ذلك ، ويؤكد مخاطر هـــذا البث على الثقافة المحلية ، وتدمير جهـــود التنمية . وبين هذا وذاك تغيب الموضوعية والرؤية العلمية ، التى تستند على البيانات والمشاهدات الواقعية .

لذلك راينا ، ان ياتى اسهامنا فى المناقشات الدائرة فى هـــذا المجال من خلال دراسة ميدانية نسعى من خلالها للحصول على بيانات واقعية تســـاعد على فهم افضل لابعـــاد العلاقة بين الاتصال والثقافة والوقوف على حقيقـــة التأثيرات الثقافية التى ترتبت حتى الآن على دخـــول وانتشـــار تكنولوجيا الاتصـــال الجديدة فى المنـــاطق المحليـــة وبالذات فى القرية المصرية ، محل اهتمامنا العلمى ، والتى شهدت فى السنوات الأخـــيرة تغـــيرات اجتمـــاعية وثقافية واضـــحة من المفيد ان نقف على اســـهام تقنيات الاتصال فيها .

لقد انتشرت تكنولوجيا الاتصـــال الحديثة فى مجتمع القرية ، واصبح لا يكاد يخلو بيت واحد من بيوت القرويين من وســـيلة اتصالية او اكثر ، حيث توجد وبكثافة ملحوظة اجهزة الراديو والتليفزيون والجرائد والمجلات والفيديو واجهزة التسجيل ومكبرات الصـــوت والتليفون . واصبح السؤال يطرح وبالحـــاح عن الطريقة التى يتعامل بها القرويون مع اجهزة الاتصـــال الحديثة . وحقيقـــة التأثيرات الثقافية التى احدثتها هذه الاجهزة فى مجتمع القرية وتأثير ثقـــافة القرويين ذاتهـــا على عمليات هـــذه الأجهزة وطريقـــة استخدامهم لها ، وهى تساؤلات مهمـــة فى اطـــار ما هو مطروح حاليـــا من قضـــايا على الساحة الثقافية والاعلامية .

وقد كان من المفيد قبل ان نبدأ عملنـــا الميدانى مناقشة وتوضيح بعض الجوانب النظرية المرتبطة بموضوع الاتصـــال والثقافة حيث عرضنا لمفهوم الاتصـــال وانماطه وعملياته وللمحاولات المختلفة التى بذلت لفهم ودراسة هذه العمليات من خلال فكرة النموذج ، مع تقديم رؤية نقـــدية لهذه المحاولات ، والاجتهاد فى تقديم رؤية نظرية بديلة تأخذ فى اعتبارها اوضاع وظروف الواقع المحلى . واهتـــم البحث بعد ذلك بمناقشة مفهوم تكنولوجيا الاتصال ولطريقة توظيف هذه التكنولوجيا فى المجتمعات النامية . وعرض للمداخل النظرية المختلفة

لدراســـة وفهم تأثيرات هــذه التكنولوجيا على ارض الواقع ، ولأوجـــه القوة والضعف فى كل مدخل وانتهت المناقشة فى هــذا الجانب الى بلورة واضـــحة للمحددات الفاعلة فى تأثير تكنولوجيا الاتصال فى المجتمعات المحلية .

وانتقل البحث بعــد ذلك ، لمنــاقشة مفهوم الثقافة وللعلاقة بين هــذا المفهوم ، ومفهوم الاتصـــال ، ودور الأخير فى مجال الترويج الثقـــافى ، وجرى تسليط الضـــوء هنـــا على قضـــية البث المباشر ، وللتأثيرات المحتملة للثقافات الوافدة عبر تقنيـــات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية .

وقد ســـاهم كل ذلك ، فى تعميق الرؤية النظرية للبحث ودعم قدرته على على بلورة الاطـــار النظرى الذى جرى على ضـــوءه تحديد أهــداف البحث وصياغة تساؤلاته ، وتصـــميم أدواته المنهجية بصورة افضل ، والتى انعكست فيما خلص اليه العمل الراهن من نتائج ميدانيـــة مهمة ، نأمل أن تكون مفيـــدة للمهتمين بقضـــايا الاتصـــال والثقافة فى مصر والعالم العربى .

عبد الفتـــاح عبد النبى

فى ١٩٩٠/٥/١٧

الفصل الأول

الاتصال (المفهوم والعملية)

الفصـــل الأول

الاتصـــال (المفهوم والعمليـــة)

اذا كان العمل الراهن ينهض لبحث العـــلاقة بين تكنولوجيا الاتصـــال والثقافة ، فان بحث هذه العلاقة وفهم ابعـــادها وجوانبها المختلفة ، يستوجب التعرض لبعض التســـاؤلات التى تثار بداية حول ماهية الاتصال الذى نقصده ، وطبيعة عملية الاتصـــال وانماطها ومهمة هذا الفصل هى مناقشة هذه الجوانب ومحاولة بلورة رؤية واضـــحة حولها تكون منطلقـــا لفهم عمليـــات الاتصـــال ومناقشة الآثار المترتبة عليهـــا على الثقافة المحلية وهو الهدف الاســـاسى من وراء هـــذا العمل .

١ ــ مفهوم الاتصـــال :

أصبح مفهوم الاتصال من المفـــاهيم المحورية فى تراث العلوم الانســـانية ومناقشاتها حيث ظهرت فى العقود الأخيرة العديد من الكتابات المتخصصة فى الاتصـــال او متضمنة له فى ثناياها . بيد أن المتتبع لهذه الكتـــابات ، يلاحظ أن المصطلح يأخذ معـــانى متباينة لدى أصحاب التخصصات المختلفة . كمـــا أن استخدامه يتراوح بين التضيق الشديد احيانا والتوسع الشـــديد ؛ ففى حين يقصر البعض استخدام الاتصـــال على مجال النشـــاط الانســـانى يمتد هـــذا الاستخدام لدى البعض الآخر ليشمل دراسة جميع أشكال النشـــاط بما فيهـــا الاتصال بين الحيوانات بل وحتى أحيانا الآلات(١) .

ويتنـــاول الباحثون فى مجال علم النفس الاتصال باعتباره نســـقا جماعيا يؤثر بطريقة او بأخرى فى العلاقات المتبـــادلة بين اعضـــاء الجمـــاعة وآرائهم واتجاهاتهم ، فنجد باحثا مثل « وارن » (Warren) يعرف الاتصال بأنه :« نقل انطبـــاع أو تأثير من منطقة الى اخرى دون النقل الفعلى لمـــادة ما أو انه يشير الى نقل انطباعات من البيئـــة الى الكـــائن وبالعكس أو بين فرد وآخر »(٢) .

---

(١) ابراهيم امام ، **الاعلام والاتصال بالجماهير** ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨١ ، ص ٣٧٦ .

(٢) انظر :

Wibur Schramm, **Men, Messages and Media,** New York, Harpers & Row Publishers, 1973, P. 3.

ووفقا لهذا الفهم ، فان أى تغيرات تحدث داخل الكائن الحى نتيجـــة لمؤثر ما سواء كان داخليا أو خارجيا،فانه يعنى ان ثمـــة اتصــــال قد وقع .

وينظر علمـــاء الاجتماع ، الى الاتصـــال باعتباره ظاهرة اجتماعية وقـــوة رابطة (binding force) لها دورها فى تماسك المجتمع وبنـــاء العـــلاقات الاجتماعية . وهنا يؤكد (شرام) : « أن المجتمع الانســـانى يقوم على مجموعة من العلاقات قوامها الاتصال ، وأن ما يجمع الأفراد ليس قوى غيبية أو سحر أو قوى مطلقة وانمـــا هى علاقات الاتصـــال(١) . التى هى ضرورة من ضرورات الحيـــاة الاجتماعية ذاتهـــا ، وفى هـــذا الاطار يعرف « أحمد ابو زيد » الاتصال بأنه : « العملية التى يتم بمقتضـــاها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم هـــذا المجتمع وطبيعـــة تكوينـــه وتبـــادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيمـــا بينهم »(٢) . وهو ذات الفهم الذى يقدمه « محمود عوده » الذى عرف الاتصال بأنه : « العملية أو الطريقة التى تنتقل بها الافكار والمعلومات بين النـــاس داخل نســـق اجتماعى معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه »(٣) . بمعنى أن هذا النسق الاجتماعى قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين او جمـــاعة صـــغيرة أو مجتمع محلى أو مجتمع قومى أو حتى مجتمع انســـانى .

ويعرف الاتصـــال فى التربية — كمـــا يرى « جـــون ديوى » بأنه عمليـــة مشـــاركة فى الخبرة بين شخصين أو اكثر حتى تعم هذه الخبرة وتصبح مشـــاعا بينهم يترتب عليه حتمـــا اعادة تشكيل وتعديل المفاهيم والتصورات السابقة لكل طرف من الأطراف المشتركة فى هذه العملية(٤) . وهنا نجد «ديوى» يؤكد على معنيين فى فهمه لماهية الاتصال هما :

١ — الخبرة . ٢ — المشاركة فى الحصول على الخبرة .

---

(١) انظر فى ذلك : Wibur Schramm, ibid, P. 5.

(٢) انظر فى ذلك :

احمد أبو زيد ، **الاتصال** ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر ، العـــدد الثانى سبتمبر ، ١٩٨٠ ص ٥ .

(٣) انظر فى ذلك :

محمود عوده ، **اساليب الاتصال والتغير الاجتماعى** ، القـــاهرة ، مكتبة سعيد رأفت ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٣ ص ٥ .

(٤) انظر فى ذلك :

John Dewey, **Democracy and Education, An introduction to the philossophy of Education,** The Macmillan Company, N. Y., 1959, P. 31.

فعملية التـدريس ليست مجرد التقاء مدرس بطلبتـه وتقديمـه لبعض المعلومات ولكنهـا لقاء خبرتين حول موضوع الدرس خبرة المدرس التى اكتسبها بعد أن مر بمواقف متعددة اكسبته خبرة غنية متكاملة حول الموضوع الذى يقوم بتدريسه ، وخبرة التلميذ التى اما انهـا معدومة او جزئيـة ولكنهـا فى اغلب الاحيـان لا تسـاوى خبرة المدرس . ومن الضرورى على المدرس أن يهيىء للتلميذ الفرصـة لكى ينمى مجال خبرته حتى تشبه خبرته أو تقترب منها وهنـا يتحقق الاتصال ويتم التفاعل بينهما(١) .

هذا المعنى الذى يقدمه « ديوى » للاتصال فى مجال التربية يطرحه ايضا « كيرت ليفن » وان كان بصورة تبدو مختلفة ، حيث يرى « ليفن » أن الاتصال هو العملية التى يمكن بواسطتها نقـل التغير الذى يحدث فى احدى منـاطق المجـال السلوكى الى منطقـة اخرى ، ويقـال عن اى منطقتين فى المجـال انهما متواصلتان اذا كان التغير فى حالة احداهما يترتب عليه حدوث تغـير فى حـالة اخرى(٢) .

وفى علم السياسة ، اصبح مصطلح الاتصـال يتردد كثـيرا فى كتـابات الباحثين فى هذا العلم ، باعتباره مفهوما محـوريا لا يقتصر فهمـه فقط على اسـاس أنه مجرد وظيفة للنظم السياسية ، او نظاما يرتبط بعلاقات متبادلة مع النظم السياسية والثقافية والاجتماعية ، وانمـا ايضا باعتبار أن الاتصال هو المـادة التى تتكون منهـا العلاقات الانسانية وهنـا تصـبح دراسـة الاتصـال ذات مغـذى كبير فى اطـار العملية السـياسية على اختـلاف مجالاتها(٣) .

وفى مجال الاعلام ، تزايدت فى العقود الاخيرة غزارة استخدام البـاحثين فى كتاباتهم لمصطلح الاتصـال ، وعادة ما يظهر المصطلح فى الكثير من هـذه الكتابات مقرونا بكلمة اخرى من قبيل : الاتصـال الاعلامى ، الاتصال المباشر ، الاتصـال بالجماهير ، الحق فى الاتصال ، ديمقراطية الاتصـال ، وسـائل الاتصال ، علم الاتصـال ... الخ ، وطرحت فى هذا الصـدد مجمـوعة من

---

(١) حسين حمدى الطوبجى ، التكنولوجيا والتربية ، الكويت دار القيـم ، ١٩٨٨ ص ٣١ .

(٢) زيدان عبد الباقى ، **وسائل واساليب الاتصال** ، القاهرة ، دار غريب للطباعة ، ١٩٧٩ ص ٣١ .

(٣) عبد الغفار رشـاد ، **دراسات فى الاتصال** ، القـاهرة ، مكتبـة نهضة الشرق ، ١٩٨٤ ص ٤ .

التعريفات المتباينة للاتصال لا بأس من التعرض لبعضها لفهم توجهاتها ومدلولاتها ومصدر التناقض فيها :

— **الاتصال** : هو بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيمابينهم من النواحى الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون فى مناطق متفرقة(١) .

— **الاتصال** : هو النشاط الذى يستهدف تحقيق العمومية او الذيوع او الانتشار أو الشيوع أو المألوفية لفكرة أو موضوع او منشأة او قضية عن طريق انتقال المعلومات او الافكار أو الاراء او الاتجاهات من شخص او جماعة الى اشخاص او جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين(٢) .

— **الاتصال** : هو العملية التى يتفاعل بمقتضاها متلقى ومرسل الرسالة فى مضامين اجتماعية معينة ، وفى هذا التفاعل يتم نقل افكار ومعلومات بين الافراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين(٣) .

— **الاتصال البشرى** : هو علاقة متبادلة بين المرسل والمستقبل وان كلا منهما يقوم بعمل المرسل والمستقبل فى آن واحد ، وذلك بالنسبة لنفسه وبالنسبة للآخر(٤) .

وواضح من مثل هذه التعريفات وغيرها درجة التباين فى تحديد اساتذة وخبراء الاعلام لماهية الاتصال ، ويعود هذا التباين — فى تقديرنا — الى عدم وجود أرضية مشتركة ينطلق منها الباحثون فى هذا المجال لتحديد مدلول الكلمة، ويمكن هنا أن نرصد عاملين :

الأول : لا يوجد ثمة اتفاق مسبق عند تعريف الاتصال على حجم نسق الاتصال المعنى بالتعريف ، ويؤدى ذلك كما هو واضح من التعريفات السابقة

(١) ابراهيم امام ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، **مرجع سابق** ، ص ٢٧ .

(٢) سمير حسين ، **الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام** ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٨٤ ص ٢١ .

(٣) جيهان شتى ، **الأسس العلمية لنظريات الاعلام** ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ص ٥٣ .

(٤) انشراح الشال ، مدخل فى علم الاجتماع الاعلامى ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٥ ص ٧٣ .

الى من يفهم الاتصال باعتباره اتصـــال بالجماهير الغفيرة ، ومن ثم فهو لديه بث رسائل الى هذه الجماهير ، أو تحقيـــق الذيوع والعموميـــة لفكرة ما بين قطاعات الجماهير المختلفة او من يفهم الاتصال على أنه لقـــاء أو تفاعل بين شخصين وبالتالى فهو عملية تفاعل بين مرسل ومتلقى او تبادل للمعلومات بينهمـــا فى آن واحـــد .

والثـــانى : يوجد خلط وعدم تمييز عادة بين العمليـــة التى يتم منخلالها الوصول الى الطرف الآخر وابلاغه بمضامين معينـــة وبين فاعليـــة النشـــاط الاتصالى ومدى التجاوب مع عملية الابلاغ ، اى خلط بين مفهوم الاعلام ومفهوم الاتصال . ومن المؤكد أن الحالة الأولى هى « اعلام » ، حيث تسير المـــادة الاتصـــالية هنـــا فى اتجاه واحد . وأن الحـــالة الثانية هى « اتصال » حيث يتحقق التفاعل والتجاوب بين المرسل والمتلقى فى ذات الوقت .

فاذا ما فهم الأمر على أنه تجاوب وتفاعل ومشـــاركة بين طرفين وليس مجرد ابلاغ من طرف لطرف آخر ، فانه يمكن فهم الاتصال على أنه :

« العملية المستمرة التى يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أفراد المجتمع وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم . وعندما تأخذ هـــذه العملية طابعا جمـــاهيريا والذى يتم من خلال وســـائل تطورت لهذا الغرض ، فان الاتصـــال فى هذه الحالة يفهم على أنه النشـــاط الذى من خلاله يتم نقل مضامين اعلامية أو خيالية الى جمهور معين يراد توصيلها اليه وبالوســـيلة التى تكفل تحقيق أفضل تأثير ممكن » .

ويتضمن هـــذا الفهم لماهية الاتصال عدة ملاحظات عن طبيعة الاتصال من المفيد ابرازها هنـــا وهى :

١ — أن الاتصـــال أيا كان حجمه وشـــكله ، فانه عملية ، ومعروف ان العملية صـــفة تطلق على اية ظاهرة تتغير بشـــكل مســـتمر ومتواصـــل خلال فترة من الزمن(١) . وهذه السمة للاتصال محل اتفاق بين الباحثين باعتبار أن الاتصال عملية أساسية فى حياة المجتمع وأن لها عناصرها المتعددة والمتغيرة التى تتفـــاعل معـــا لتحديد كفـــاءة ومصـــير العملية الاتصـــالية ، ويعنى فهم الاتصال كعملية ، أن لهذه العملية ســـمات انسانية أساسية ، فهى مستمرة لا تتوقف أو تتجمد عند نقطة معينة ، وأنهـــا على درجة عاليـــة من المرونة والديناميكية ، وأنهـــا قد تدور حول حادثة أو واقعة معينة ، ومع ذلك لا تحددها ولا تقيدها حدود اللهم الاتصـــورات وادراكات الاطراف المشـــاركة فى العملية

---

(١) احمـــد أبو زيد ، الاتصـــال ، مرجع سابق ص ٥ .

وانه متى بدات هـذه العملية فانه لا يمكن القيـام بها مرة اخرى او اعادتها على نفس النحو لانه لا توجد بداية واضحة محددة او نهاية حاسمة لهـذه العملية(١) .

٢ — ان التفاعل المتبـادل بين طرفى الاتصال عنصر مهم لتمييز الاتصال حيث يشير التفاعل هنـا الى اننا لسنا ازاء عملية نقل من جانب واحد وانما ازاء تبـادل مشترك للمؤثرات المتوالية او توجه متلازم لكل شخص متواصل نحو الأشخاص الآخرين ونحو موضوع تفاعلهم الاتصالى(٢) .

٣ — ان هنـاك فرق بين عملية الاتصـال كعملية دينامية ومتغيرة وبين مـادة الاتصـال ، فمـادة الاتصال تختلف وتتباين من حيث الموضوع ومن حيث الهدف ، كمـا أن النشـاط الاتصـالى لا عـلاقة له بتوصيل المعنى ، لان المعانى لا يتم نقلها او توصيلها وانمـا الرسائل هى التى يتم نقلها وتبادلها بين اطراف الاتصـال وتأخذ عـدة اشـكال او تمر فى عـدة تنـوات لذلك كالصور او الموجات الصوتية او المرئية او اللغـة المكتوبة او المسموعة وليس فى هذه الرسـائل معنى فى حد ذاتها ، ولكن المعنى والدلالة لهذه الرسـائل تحدث عند مستقبل الرسـالة ، فهو الذى يفك رموزها وهو الذى يكون لهذه الرسالة معنى ، وهو الذى يعطى للالفاظ دلالتها (٣) .

٤ — ان اللغة عنصر فاعل فى تحقيق الاتصـال ، بل هى اداة الاتصال الرئيسية ، فهى المراة التىتعكس الفكر ، وتحدد نطاق تفكير الفرد وقدرته على وضع الرموز وفكها ، ولذلك يعرف البعض اللغة بانها وسـيلة التعبير عن الأفكار وتوصيلها او تبادلها(٤) فالكلمات ليست الا رمـوزا تدل على اشـياء معينة وبذلك فهى تختلف عن مجرد الاصوات التى تصـدر بغير قصد ولا تحمل فى بعض الاحيـان على الاقل معنى محددا ، وبقدر ما يملك الانسان ناصية اللغة يكون فى امكانه خلق الاتصـال وتوصـيل ما يدور فى ذهنه من افكـار وآراء او ما يريد نقـله من معلومات للاخرين .

---

(١) عبد الغفار رشاد ، دراسات فى الاتصال ، **مرجع سابق** ، ص ٤٨ .

(٢) طلعت منصـور ، **سيكلوجية الاتصـال** ، عـالم الفكر ، المجـلد الحادى عشر ، العـدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨٠ ص ١٠٧ .

(٣) انظر فى ذلك :

David K. Berlo, The Process of Communication : an introduction to Theory and Prictice, Holt, Rinehart and Winston, N.Y, 1960.

(٤) احمـد أبو زيد ، الاتصـال ، **مرجع سـابق** ص ٧ .

ومعروف أن الفرد يكتسب لغته خلال عملية التنشئة الاجتماعية من البيئة التى يعيش فيها ، وأن عوامل اجتماعية واقتصادية وسلالية عديدة تتداخل أثناء هذه العملية لتؤدى الى تفاوت افراد المجتمع فى ادراكهم اللغة وما تحمله من معانى ورموز ، وبقدر تقارب الحصيلة اللغوية ودلالتها لدى طرفى الاتصال وتوجد مجال الخبرة المشتركة بينهما ، سياعد ذلك على اتمام عملية الاتصال فى سهولة ويسر ، والعكس يصبح صحيحا ايضا فى هذه الحالة ، فمعرفة المواطن العربى اللغة الالمانية مثلا تعد شرطا ضروريا لاتمام عملية الاتصال بينه وبين المواطن الالمانى .

ونتيجة للدور البالغ الذى تلعبه اللغة فى عملية الاتصال وتحديد مصيرها ، فان الرقابة التى عادة ما تفرض على أساليب وقنوات الاتصال فى المجتمعات المختلفة كثيرا ، ما تمتد لتشمل ايضا اللغة المستخدمة فى الحديث وتوصيل مادة الاتصال باستخدام الاتصال لغة معينة بطريقة معينة ، بل وانتقاء كلمات والفاظ ومصطلحات معينة بالذات من تلك اللغة لاستخدامها فى مواقف معينة ، تساعد مساعدة فعالة اما فى الابقاء على الاوضاع والقيم السائدة فى المجتمع أو على ادخال قيم وافكار جديدة يراد لها ان تذاع وتنتشر بين افراد المجتمع ، وهذا من شأنه التأثير سلبا او ايجابا على التماسك والتضامن والتكافل فى المجتمع . وهذا ما دعا الباحثين والكتاب الى تأكيد ضرورة توفير جدية التعبير عن الفكر وجدية ابداء الراى خلال عمليات الاتصال .

٥ — عند مستوى العمل الجماهيرى واستخدام الوسائل التكنولوجية كوسيط لنقل المادة الاتصالية يقترب مفهوم الاتصال من مفهوم الاعلام فالاتصال الجماهيرى — على عكس بعض التعريفات السابق عرضها آنفا — لا يعنى فى جميع الاحوال اتصال بمعنى التفاعل والتجاوب والمشاركة فى المعنى وانما قد يأخذ طابع الاعلام بمعنى النقل والتوصيل او الابلاغ دون شرط التفاعل أو التجاوب فالوسائل تنحو نحو اختيار جماهيرها ، كما أن الجماهير تختار من بين الوسائل(١) . فضلا على أن الاستجابة والتجاوب لدى المتعرضين أو المتلقين من افراد الجمهور قد تكون محدودة أو غير واردة فى أحيان كثيرة بما يعنى الاتصال لم يكتمل او يتحقق وانه اقتصر على مجرد الاعلام أو الابلاغ .

---

(١) وليام ل. ريفرز ، **وسائل الاعلام والمجتمع الحديث** ، ترجمة ابراهيم امام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ص ٣١ .

٦ — ان القدرة على الاتصال عنصر مهم لفهم الاتصال وضمان تحقيقه وتمييزه عن الاعلام ، ذلك ان التجاوب والتفاعل والمشاركة فى المعنى الذى يميز الاتصال ، يتطلب توافر قدرات متشابهة أو حتى متقاربة بين طرفى الموقف الاتصالى المرسل والمتلقى سواء كان ذلك على مستوى الاتصال بين شخصين أو الاتصال الجماهيرى وتدخل هنا اللغة والخبرة ، والمركز الاجتماعى والثقافة والامكانات المادية ... الخ كمتغيرات فاعلة فى تحديد هذه القدرة ، فاذا تدنت هذه القدرة لدى أحد الاطراف (المتلقى مثلا) وهذا أمر وارد ومألوف فى الحياة العملية ، وبالذات فى المجتمعات المتخلفة ، انتفى الاتصال ، واصبحت العملية اقرب الى النشاط الاعلامى منه الى الاتصال وهذا ، على ما يبدو ، هو احد الأسباب التى تكمن وراء التمسك الشديد فى المجتمعات النامية بمفهوم الاعلام وتفضيل استخدامه على مفهوم الاتصال ، حيث تتفاوت قدرات الافراد على الاتصال ، وحيث يتم السيطرة على النشاط الاتصالى — كما هو الحال فى الاعلام ، وتوجيهه وجهة معينة .

٧ — ان الاتصال عملية معقدة لها عناصرها المتعددة والمتداخلة ، ابرزها على سبيل التبسيط ، المصدر ، اى الشخص او الجماعة التى تبادر بارسال الرسالة ويطلق على مثل هذا الشخص او تلك الجماعة مفهوم المرسل او المتصل ويتولى هذا المصدر مهمة وضع الكود او ترميز الرسالة . ومحتوى الرسالة او رموزها ، والاداة اى الوسيط المستخدم فى عملية نقل الرسالة ، والمتلقى او مستقبل الرسالة الذى يتولى مهمة فك الكود ونفسير رموز الرسالة واخيرا الاستجابة التى يعكسها المتلقى بعد الانتهاء من مهمته ويضاف الى هذه العناصر الرئيسية متغيرات اخرى عديدة سعى الباحثون الى وصفها وتحديدها ، سوف نناقشها فيما بعد ، ولكن ما يهمنا هنا هو الاشارة الى اننا لا يمكن أن نفهم جانبا واحدا من هذه العناصر بمعزل عن العناصر الأخرى . كما أن التغير فى احد هذه العناصر ، قد يؤدى الى تعديل فى الاتصال ككل ، وكما يرى « كولمان ومارش » فان الاتصال قد ينهار او يصبح عديم الفاعلية عند اى عنصر من هذه العناصر . ومن ثم فان فهما افضل للاتصال انما يكون وليدا للاهتمام بكل عنصر من العناصر المكونة للاتصال[1] .

---

(١) أنظر فى ذلك :

Sereno, K., Nortensen, C., **Foundation of Communication Theory,** N.Y. Harper & Row Pub., 1970, P. 5.

ثانيـا : انماط الاتصال وعملياته :

تتعدد تنوات وانواع الاتصـال وفقا للمعيـار المستخدم فى هذا المجال، وعـادة ما يصنف الباحثون فى المجال الاعلامى الاتصال وفقا لمعيار مركب من عنصرين : حجم الاتصال واداة الاتصال . ووفقا لهذا المعيار يوجد :

(ا) **الاتصال الذاتى :** بمعنى أن المرسل والمتلقى شخص واحد ويتم الاتصال داخل الفرد ذاته ، ويحدث عندما يتحدث الفرد مع نفسه كمـا هو الحال حين يقلب الفرد فى ذهنه افكاره وآراءه الخاصة او حين يدرس ذاته ويضعها موضع التحليل والنقد والمحاسـبة والمواخذة . وهذا النوع من الاتصال يحظى باهتمـام البـاحثين وبالذات فى مجال علم النفس ، حيث يدور الاهتمام هنا حول دراسة عمليات الادراك واكتساب المعانى وتفسيرها والعوامل المؤثرة فى ذلك .... الخ(١) .

(ب) **الاتصـال الشخصى :** وهو الاتصال الذى يتم بين فردين بصورة مباشرة دون وسـيط ، ويمارس الفرد هذا النوع من الاتصـال فى مجرى الحياة اليومية مع الآخرين من أهله وأصدقائه وزملائه حينما يتبادل التحية مع احدهم او يتناقش مع آخر فى أمر من أمور الحياة .... الخ . ويطلق البعض على هذا النوع من الاتصـال الاتصال الطبيعى او العـادى بين الأفراد(٢) . ويميزه فى ذلك عن الاتصال الشخصى الرسـمى الذى يتولى خـلاله أحد الافراد الرسميين او مندوبوا التغيير الاتصال بالافراد المحليين بغية إقناعهم بتبنى فكرة او سلوكا معينـا ترغبه السلطات الحكومية . وتكمن اهمية هذا التمييز فيمـا تشير اليه الابحاث الميدانية بأن الاتصال

---

(١) للوقوف على عرض مفصل لبعض النماذج النظرية التى سعت لفهم هذا النوع من الاتصـال انظر :

جيهان رشتى ، الاسس العلمية لنظريات الاعـلام ، **مرجع سابق** ص ص ٩٣ — ١١٩ .

(٢) صلاح عبد المتعال ، **التنمية الثقافية بين اتصال المشاركة والإعـلام الجمـاهيرى** ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعـلام ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية الجنائية ، مـايو ١٩٨٣ ص ١٤ .

الشخصي الطبيعي أو العادى بين الافراد اكثر تأثيرا من الاتصال الشخصى الرسمى(١) .

(جـ) **الاتصال الجمعى** : وهو الاتصال الذى يتم بين شخص واحد وبين جماعة محددة من الافراد يجمعهم مكان واحد او تربطهم علاقة واحدة او موضوع واحد كما هو الحال فى الالتقاء مع طلبة مدرسة واحدة . او اثناء محاضرة او ندوة(٢) وفى هذا النوع من الاتصال مثلما هو الحال في الاتصال الشخصي تتحقق المواجهة بين الطرفين المرسل والمتلقي دون وسيط تكنولوجي .

(د) **الاتصال الجماهيرى** : وهو الاتصال الذى يتم بين المصدر (فرد او مؤسسة) وجماهير غفيرة وغير متجانسة عبر وسيط تكنولوجي، حيث لا يتحقق عامل الموجهة المباشرة ويتسم الاتصال بالتعقيد الشديد .

وقد يكون هناك أشكال أخرى للاتصال مثلما هو الحال فى الاتصال بين جماعة واخرى او بين دولة ودولة اخرى أو بين منظمة او هيئة دولية وأخرى محلية او بين الاحزاب بعضها البعض ... الخ . كما قد توجد اسس اخرى مختلفة لتصنيف الاتصال بخلاف حجم الاتصال وأدواته ، كأن يصنف الاتصال الى نمط منظم ونمط غير منظم(٣) ، ويقصد بالنمط المنظم كل تلك الاجهزة والمؤسسات التي تؤسس وتقام بقصد نقل المعلومات والافكار وتوصيلها الى الناس وهنا تندرج الصحف والاذاعة ، والتليفزيون والسينما ومكاتب تنظيم الاسرة ومؤسسة الارشاد الزراعى تحت نمط الاتصال المنظم او الرسمى ، بينما يشير النمط غير المنظم الى الانتقال التلقائى للافكار والمعلومات مثلما هو الحال فى انتقال الاخبار والافكار والثرثرات بين الناس فى تفاعلاتهم اليومية الروتينية .

وايا كانت انماط الاتصال والمعيار المستخدم فى تحديد هذه الانماط ، فاننا سوف نقصر الحديث هنا على نمطى الاتصال الشخصي والجماهيرى

---

(١) نادية سالم ، **اثر التعاون بين وسائل الاعلام واجهزة الخدمات على التنمية الريفية** ، المركز القومي للبحوث الإجتماعية والجنائية ، القاهرة ، ١٩٨١ .

(٢) يوسف مرزوق ، **مدخل الي علم الاتصال** ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٨ ، ص ٤٢ .

(٣) محمود عوده ، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، **مرجع سابق** ص ٢٦ .

نظراً لأهميتها بالمنظور الاعلامي من جهة ولاعتقادنا أن كافة انماط الاتصال الاخرى تندرج بصورة أو بأخرى في ثناياها من جهة ثانية .

١ — الاتصال الشخصي :

يعرف الاتصال الشخصي بأنه العملية التي يتجه الاتصال من خلالها الى الافراد او المجموعات المستهدفة بطريقة مباشرة بحيث يلتقي فيها القائم بالاتصال والمتلقي او المتلقين وجها لوجه في عملية تفاعلية بينهما(١) دون عوامل او قنوات وسيطة وفي هذه الأثناء ينشأ بين الطرفين علاقة متبادلة ذات اتجاهين يقوم خلالها كل طرف بدور المرسل والمتلقي في نفس الوقت . ومن امثلة هذا النوع من الاتصال المحادثات اليومية بين أعضاء الاسرة والجيران أو الاصدقاء وزملاء العمل واللقاءات الجماعية والاستشارات والمقابلات والحلقات الدراسية ... الخ .

ويعتبر هذا النوع من الاتصال اقرب أشكال الاتصال أو هو الشكل الطبيعي المألوف للاتصال وبالذات في المجتمعات الاقل تقدما وفي المناطق التي تزداد فيها درجة الامية وانخفاض المستوى الثقافي مثل المناطق الريفية والشعبية ، ويمكن تلمس ذلك في الحياة الفعلية من خلال العديد من المؤشرات من بينها ، ارتفاع درجة التقدير والاحترام من جانب الافراد في المجتمع المحلي للافراد الاكثر ثقافة ويطلب الاستماع الى آرائهم وأفكارهم ، وتأثير نفوذ كبار السن وبعض الفئات المهنية في المجتمع المحلي على الرغم من انخفاض مستواها المعرفي والثقافي .

ويمكن ان نستمد ملاحظاتنا على هذا النوع من الاتصال من خلال معايشتنا لمواقعه في مختلف المجالات ، حيث تزداد كثافة ظهور قنوات الاتصال الشخصي في الريف والحضر على السواء ففي الريف تمثل المصطبة الملتحمة بجدران بيوت القرويين موقعا دائما وخصبا لتبادل الآراء والخبرات والاسمار والحكايات بينما يمثل الدوار في بيت العمدة والمندرة في بيوت الاغنياء شكلا آخر لتبادل الاتصال الشخصي . وتلعب القيادات المحلية الرسمية وغير الرسمية دورا تأثيريا مهما خلال هذه اللقاءات .

كما تتزايد الاتصالات الشخصية في المناطق الريفية والبدوية بشكل أساسي في زوايا العبادة والمساجد والوحدات العلاجية والجمعيات

---

(١) صلاح عبد الحميد ، مرجع سابق ص ١٤ .

التعاونية الزراعية والمقاهى ومحلات البقالة والحياكة فضـلا عن مناسـبات الموالد والأفراح ، والمآتم ... الخ .

وعـادة ما تستقى المعلومات والاخبار خلال اللقاءات فى هذه الاماكن من من القيـادات المحلية كوعاظ المساجد ، ونظار المدارس وبعض المدرسـين ومهندسى الرى والزراعة والأطبـاء والممرضات والقابلات وحلاق القرية وبعض دعاة الطرق الصوفية والجماعات الدينية والسياسية فضلا عن العمد والمشايخ وممثلى الحكومة ورجال الأمن ، ومؤخرا اصبحت اجهزة الاعلام مصـدر مهم لتغذية هذه القنوات بالمعلومات والافكار حول مجريات الاحـداث القوميـة العالميـة .

وفى المنـاطق الحضرية ، تتواجد المواقع شبه الدائمة كمجال لممـارسة الاتصال الشخصى مثل المقاهى والنوادى ومواقع تجمعات العمـال فى المصانع ونواديها ومطاعمها وتجمعات الطلاب فى المدارس والجامعات وجمعيات النشاط الاهلى والنقابات العمالية والمهنية ، هذا فضـلا عن دور العبـادة كالمساجد والكنائس . كمـا تتواجد المواقع المؤقتة كتجمعات النوادى لفئات الشباب ، والمبـاريات الرياضية ، وايضـا مواقع الاتصـال اللحظى الناجمة عن تزاحم المواصـلات وصنوف المجمعات الاستهلاكية وغيرها .

وتجرى عمليات الاتصـال الشخصى او المواجهى فى شتى اشكال مواقع التجمعات السـابقة ، وهنـاك العديد من الافكار العامة التى تنساب داخل هذه التجمعات خاصـة التى تخفيها وسائل الاعـلام الجماهيرى ، وتختلط بالشـائعات ايضـا النكات ذات الدلالة الاجتماعية والسياسية(١) .

ويتميز الاتصـال الشخصى بعدة سـمات من المفيد هنا ابرازها وهى :

١ — محدودية عـدد الافراد الداخلين فى علاقة الاتصـال حيث يفترض الا يتجاوز عـدد الأفراد هنـا عن (٤٥) فردا ، فاذا زاد عن ذلك تعقد الاتصال وزادت كثافة العلاقات المتبـادلة واستحال توافر عنصر الموجهـة وسـير المعلومات فى اتجاهين التى تميز الاتصال الشخصى .

٢ — عدم وجود وسـيط تكنولوجى لنقـل الرسالة موضوع الاتصال ومـادة النقل والتوصـيل الرئيسية هنـا هى اللغة التى تحمـل المعـانى والرموز مبـاشرة من والى طرفى الاتصـال .

---

(١) صـلاح عبد المتعـال ، مرجع سـابق ص ١٥ .

٣ — توافر مراقبة مباشرة ومتبادلة بين المرسل والمتلقى نتيجـة لتوافر عنصر المواجهة واختفاء الوسـيط التكنولوجى ومحدودية العلاقة .

٤ — القدرة على انتقاء المتلقى والظرف الاتصـالى عاليـة ، كمـا أن قدرة المعلومات المعطاة خلال عملية الاتصـال عالية ايضا(١) .

٥ — حدوث ترجيع اثر فورى ومباشر فى الموقف الاتصالى حيث يستطيع المرسل ملاحظة نتـائج اتصـاله على المتقين بصورة فورية ومباشرة .

٦ — توافر عنصر التلقائية والمرونة ، كمـا يصعب تجنب أو تفـادى الاتصـال الشخصى نتيجـة لعلة احتمـال توقع الافراد لمحتواه وبالتـالى قدرة هذا النوع من الاتصـال على السـيطرة على العمليات الانتقـائية لدى الجمهـور .

٧ — للرقابة الشخصية اهميـة بالغة فى هذا النوع من الاتصـال لا تقل عن المحتوى أو مضمون الاتصال ذاته ، وقد أوضح « لازر سفيلد » أن الناس يستطيعون جذب بعضـهم البعض الى انشـطة متنـوعة نتيجـة لعلاقاتهم الشـخصية وعلى ذلك فان تاثيرهم يذهب الى ابعد من محتوى اتصـالاتهم كذلك فان العلاقات الشخصية تستطيع احيانا أن تؤدى الى حصول الفرد على مكافآت معينـة نتيجة لقبوله رسـالة معينـة او تؤدى الى العكس بأن تزيد من العقوبات التى قد تلحق به نتيجة عدم قبوله الرسالة .

ونتيجة للبسـاطة والتلقائية ، والرقابة الشخصية ، والترجيع الفورى والمبـاشر ، والمرونة ومحدودية أطراف التفاعل التى يتميز بهـا الاتصـال الشخصى ، داب العـديد من خبراء الاتصـال والاعلام الحديث عن فاعلية هذا الاتصـال وقدرته البالغـة على تغيير الاتجاهات ودفع الافراد لتغيير مواقفهم واتخاذ القرار فى الاتجاه الذى يريده المصـدر او مسئولوا التغيير وهو التصور الذى يفتقد الى التاييد الميدانى فى احيان كثيرة ، ذلك أن الاتصـال الشخصى شـأنه شان بقيـة انمـاط الاتصـال الاخرى ، محكـوم بواقع حضـارى وسياقات اجتماعية معينة . فهذا الاتصـال قد يتم السيطرة على عمليـاته وتوجيهها من قبل جماعات القوة والنفوذ فى المنطقة المحلية ، كمـا هو الحال فى الاتصال الجماهيرى ، كمـا أن افتقـاد مؤهلات معينـة لدى احـد طرفى الاتصال(١) . قد يجعل الحوار المفترض أنه يسير فى اتجاهين يسير فى اتجاه واحد من الاقوى على الاتصال الى الاضعف . وهذه الحالة الاخيرة هى التى يتسـم بها الغالبية وبالذات فى المنـاطق المتخلفة — فمثلا الغالبية العظمى

---

(١) سامية محمد جابر ، **الاتصـال الجمـاهيرى والمجتمع الحـديث** ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤ ص ١٠٠ .

من القرويين فى مصر — وهـذا نتاج ملاحظـات ميدانيـة مبـاشرة — تفتقد الاستعداد لتكوين آراء حول المشـاكل والاحداث وبالذات البعيدة عن حياتهم اليومية المبـاشرة ، وعـادة ما يتردد على لسـان القروى عبارة « لا أعرف » حينمـا يسأل فى أى حوار مباشر أو مناقشـة تتعلق بقضـية معينة . كمـا ينقص العديد منهم الاحساس بالقدرة على مجابهة وتغيير الاطار المجتمعى الذى يعيشون فيه . حيث تسود لدى غالبيتهم نزعة القبول والتقليد والاسـتسلام والطاعة وليس المجابهة والتحدى ، واذا كان ذلك يعود فى جانب منه الى ميراث تاريخى وواقع حضـارى يعيش فى اطـاره هؤلاء الافراد ، الا أن المهم هنـا أن مجتمعا لا يتوافر لد ىغالبية افراده القـدرة على الحوار والمشـاركة أو الدخول فى علاقات اتصـالية ، فضـلا عن استغراقهم فى تدبير قوت يومهم من شـأنه التأثير على فاعلية قنـوات الاتصـال الشخصى أو قدرتهـا على احداث التغيير .

بيد أن النقطـة الجديرة بالاشـارة هنـا أن التقـدم التكنـولوجى فى أدوات الاتصـال خاصة الادوات الصغيرة التى تستخدم حاليـا فى التخاطب اللاسلكى أو بأشرطة التسجيل الصوتية والمرئية الى غيرها من المسـتحدثات التكنولوجية ، كان له تأثيره الأكبر على قنوات الاتصـال الشخصى التقليدية حيث أصبحت هذه القنوات اكثر نشـاطا وفاعلية من ذى قبل ، كمـا دعمت من قدرة هـذه القنوات على مجابهة وتحدى قنوات الاتصال الاخرى وبالذات الاعلام الجمـاهيرى المركزى .

وأيا كان الأمر ، بشأن فاعلية الاتصـال الشخصى وكفاءته فى مجـال التغيير ، فان ثمـة اتفاق بين الباحثين على عدد من الافتراضات والقـواعد التى لها علاقة بكفـاءة هذا النمط من الاتصال وهى :

١ — للسـن والمركز الاجتماعى دور مهم فى زيادة فاعليـة الاتصـال المباشر حيث يميل الأفراد من ذوى العمر والمستوى الاجتماعى الواحد الى تبادل المعلومات مع بعضهم البعض .

٢ — كلمـا كان القائم بالاتصال أو المصدر جدير بثقة المتلقى أو المتلقين كلمـا لعب دورا تأثيريا مهمـا فى مجال نشر المعلومات والاقناع ، حيث ترتفع درجة تأثر أفراد الجمهور بمن هم اكثر خبرة وبمن يشعرون بصـدق وصـحة معلوماتهم .

---

(١) للوقوف على عرض مفصـل للمؤهلات الذاتية المطلوبة لكل من طرفى الاتصـال ، أنظر :

جيهان رشتى ، الأسـس العلمية لنظريات الاعـلام ، مرجع سـابق ص ص ١٤٢ — ١٤٨ .

٣ — تقوم الأسرة بدور بالغ الاهمية فى الاتصـــال الشخصى وخاصـــة فى مراحل التنشـــئة الاجتماعية للاطفال وفى التفاعل مع بقية افراد الأسرة .

٤ — يؤدى التقارب دورا هاما فى عملية التفـــاعل والتـــأثير الشخصى وهو ينطوى على بعدين اولهمـــا : التقارب المـــادى كالتجاور المكانى والقيـــام باوجه نشـــاط اتصالى مشابهة .

وثانيهما : التقارب الاجتماعى كالمركز الاجتماعى والاهتمامات أو أسلوب الحياة(١) .

٢ — الاتصـــال الجماهيرى :

الاتصـــال الجمـــاهيرى ، هـــو الاتصـــال الذى يختفى فيـــه عنصر المواجهة أو التلاقى المبـــاشر بين طرفى الاتصـــال ، وتتجه خلاله الرســـالة الاعلامية لمخاطبة أعداد غفيرة وغير متجانسة من الجمهور . وعلى ضوء ذلك فان أية وســـيلة أو اداة يمكن استخدامها لتوصيل رســـالة معينة الى أعضاء الجمهور على اختلاف مواقعهم أو انتمـــاءاتهم الاجتماعية والاقتصادية والفكرية تعتبر وسيلة جمـــاهيرية كالراديو والتليفزيون والصحف والسينما والكتيبات واللافتات والملصـــقات وغيرها ويمكن اجمـــال ابرز الفروق التى تميز هـــذا النوع من الاتصـــال عن الاتصـــال الشخصى فيما يلى :

١ — العنـــاصر المشتركة فى عملية الاتصال هنـــا أكثر كثافة وتعقيدا فأولا : المتلقى ليس شخصا أو عـــدة أشـــخاص أو حتى آلاف الأشـــخاص وانمـــا جمهور حاشـــد قوامه ملايين المستمعين والمشـــاهدين والقراء بحيث لا يتسنى للقـــائم بالاتصـــال أن يبلغ رســـالته اليهم من خـــلال الاتصـــال المواجهى ويتعامل القـــائم بالاتصـــال مع الجمهـــور باعتبـــاره جمـــاعات وليس أفراد كمـــا هو الحال فى الاتصال الشخصى . كمـــا أن اللغة المستخدمة فى الرســـالة وموضوع الرسالة والتأثير المرغوب احداثه له صـــفة جمعيـــة أكثر منهـــا فردية وهذه الجمـــاعات وكذا علاقة الاتصال مشتتة وغير متجانسة ولا تجمعها ســـوى أهتمـــام مشترك برســـالة خاصـــة أو نوع من الرسائل

وثانيـــا : الســـمة الجمعية للمصدر أو الطرف المرســـل ، فهو هنـــا ايضـــا ليس فردا وانمـــا جمـــاعة منظمة تعمل فى اطار مؤسسة لها قواعدها وتنظيماتها وسياساتها التى تعمل من اجلهـــا . بيـــد أن هذه الجماعة ، هى الأخرى ، قد تكون غير متجانسة وغير متماســـكة على الاقل فى مدى فهم كل عضو فيهـــا لســـياسة المؤسسة وتوجهاتها الاتصالية .

---

(١) ســـمير حسين ، الاعـــلام والاتصـــال بالجماهير والرأى العام ، مرجع سابق ، ص ٩٨ .

والمشكل هنا ، أنه بينما ينظر القائمون بالاتصال الى الجمهور نظرة جماعية أو كلية ويتعاملون معه على هذا الاساس ، فان الجمهور ذاته لا تتوافر لديه عادة هذه النظرة عن ذاته ولا تأخذ استجاباته السمة الجمعية ليس فقط لافتقاد التنظيم أو القدرة على التصور وغياب الوسيلة للاستجابة المباشرة ولكن ايضا لأن الشروط الاجتماعية للحصول على استجابة جمعية مفتقدة(١) . ويؤدى ذلك الى عدم توازن أو اتساق العلاقة الاتصالية وميلها باستمرار ناحية المصدر والسير فى اتجاه واحد .

٢ — وجود وسيط تكنولوجى معقد فى عملية الاتصال ، وهذا الوسيط مصمم لتسهيل الاتصال فى اتجاه واحد ، فالصحيفة والمجلة ، والاذاعة ، والتليفزيون والسينما ... الخ لا تتيح التغذية العكسية أو سريان المعلومات فى اتجاهين ، وهى فى أفضل الاحوال تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد ، أو التليفون ، أو الاتصال الشخصى ، أو بحوث الجمهور ، التى عادة ما يكون هدفها تسويقى أو ترويجى قبل أى شىء آخر .

ويترتب على وجود هذا الوسيط التكنولوجى فى الاتصال الجماهيرى آثارا عديدة فمن ناحية يوسع هذا الوسيط نطاق المسافة بين المرسل والمتلقى ويتيح للأخير فرصة الاحتكاك والتفاعل مع أطراف قد لا يستطيع الوصول اليها من خلال القنوات الشخصية ومن ناحية اخرى ، يؤدى وجود هذا «الوسيط» والتباعد بين المرسل والمتلقى (سواء كان تباعد اجتماعى أو مادى) الى اثارة حالة من الغموض لدى المتلقى حول أهداف القائم بالاتصال مما يضيف مزيدا من عدم التوازن فى العلاقة بين الطرفين ، وفضلا عن ذلك ، فان هذا الوسيط او الفن التكنولوجى المستخدم فى هذه العملية يتميز بارتفاع التكلفة بل وبالسرية احيانا ، كما يتطلب مهارات خاصة ، وبالتالى فهو غير متاح لهؤلاء الأفراد الغير قادرين على شرائه أو على استخدامه ، ويتزايد عدد هؤلاء الافراد فى المجتمعات المتخلفة ، حيث يتزايد خضوع أجهزة الاعلام الى نسق القوة السائد فى هذه المجتمعات ، وحيث تتدنى المستويات الاقتصادية والثقافية للغالبية من الأفراد .

٣ — يفتقد الفعل الاتصالى فى الاتصال الجماهيرى ، الى خاصية المحاورة negotiability التى تميز الاتصال الشخصى وتجعله أكثر انطلاقا وتلقائية ، وعلى العكس نجد أطراف عملية الاتصال الجماهيرى — كما أشرنا من قبل — متباعدين عن بعضهم البعض بصورة مادية (مكانية) بل واجتماعية أيضا فى أحيان كثيرة . والرؤية التى يشكلها كل طرف عن الطرف الآخر ، عادة ما تكون نمطية . فالقائم بالاتصال لديه رؤية نمطية عن

---

(١) أنظر فى ذلك :

D. McQuail, Communication, Longman, New York, 1980 P. 165.

الجمهور ، والجمهور لديه رؤية نمطية تحدد توقعاته من أجهزة الاعلام . وكل طرف يقرر بصورة منفردة تحديد الطرف الاتصالى ، وادراك وتفسير معانى الرسالة على نحو مختلف فى أغلب الأحيان . ونتيجة لاختلاف التوقعات وتباين الاهتمامات وغياب الرقابة الشخصية والمواجهة ، تصبح الرسالة أكثر عرضة للتحريف واساءة التفسير والفهم وبالذات من جانب المتلقى الذى يعامل الرسالة ، كما لو كانت ، سلعة خاصة تام بشرائها ينبغى عليها أو يضع بها ما يشاء وعلى طريقته الخاصة .

٤ — مع أن مضامين أجهزة الاعلام متاحة نسبيا وبصورة مشابهة لكافة أفراد المجتمع على اختلاف مواقعهم الجغرافية والاجتماعية ، وأن كل فرد يمكن من حيث المبدأ أن يكون متلقى لهذه المضامين الا أن المشاركة الفعلية من جانب اعضاء الجمهور ، ودخولهم أطرافا فى هذه العملية يتطلب بعض التعليم الاجتماعى ، وتوافر بعض الامكانيات الفنية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية لدى أعضاء الجمهور ، والتى بدونها سوف تنعزل قطاعات كبيرة من الجمهور عن رسائل هذه الأجهزة .

٥ — ان الاتصال الجماهيرى قادر على انتاج رسائل وتوصيلها لاناس كثيرين فى اجزاء متباعدة فى التو واللحظة ، بل وحمل رسائل مختلفة لفئات متنوعة من الجمهور فى آن واحد(١) . ومن المؤكد أن أجهزة الاعلام تتباين فى هذه الناحية بتباين قدرات وامكانيات كل منها . حيث تعد الاذاعة مثلا أكثر نجاحا من الصحيفة فى نشر رسائلها فى المناطق التى ترتفع فيها معدلات الأمية كذلك ، فان الصحيفة تتميز بالقدرة على نشر رسائل ثابتة ودائمة وقادرة على أن تصل الى المتلقى فى الوقت الذى يلائمه .

واذا كنا قد ميزنا خلال العرض السابق بين نمطى الاتصال الشخصى والجماهيرى ، فان ذلك كان بهدف التحليل النظرى ، حيث يصعب من الناحية الواقعية أن يستأثر أى من هذين النمطين بالاتصال والتأثير ، كما يصعب أن يحقق وحده التأثير الاتصالى المستهدف بمعزل عن النمط الآخر(٢) .

هذه الرؤية التكاملية لنمطى الاتصال ، والتعاون والتنسيق بينهما مطلوب وبالحاح وبالذات فى المجتمعات النامية من أجل تنمية ثقافية أفضل ومساهمة فعالة وايجابية من جانب نسق الاتصال فى هذه التنمية(٣) . اذ لا يجوز — كما هو مشاهد حاليا فى العديد من هذه المجتمعات — أن

---

(١) عبد الغفار رشاد ، دراسات فى الاتصال ، مرجع سابق ص ١٩ .

(٢) سمير حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، مرجع سابق ص ١١٦ .

(٣) صلاح عبد المتعال ، مرجع سابق ص ١٧ .

أن تعزز الأسرة مثـلا قيمـا ومعايير اجتماعية وانسانية يناقضها الاعـلام الجماهيرى ويهدمها فى نفس اللحظة . والأمثلة على ذلك كثيرة ومتعددة منهـا مثلا ، دعوة الدين الى تحريم الخمور ونبذ المحرمات بينما بطل القصة تليفزيونى أو السينمائى لا يكون بطلا الا اذا كان عنيفا وشاربا للخمر ماهرا فى اغراء النساء . وفى حين يدعو استاذ الجامعة طلبته للتسامح فى الحوار وحرية ابداء الرأى تنقل صور من مسرح الحيـاة السـياسية على شـاشة التليفزيون فى جوهرها اهدارا لحرية الرأى ومظهرها الممارسة المزعومة للديمقراطية .

وهكذا ، فان النظرة الحديثة لفهم الواقع الاتصـالى فى المجتمـع ، هى رؤية هذا الواقع من منظور مدى التفـاعل والانسـجام بين نمطى الاتصـال الجماهيرى والشخصى وتأثيرهما النسبى معا فى المواقف الاتصـالية المختلفة بطريقة تكاملية وليس مجرد تأثير احدهما وغياب الآخر ، أو الحديث عن قدرات هـذا النمط وضعف الآخر ، كمـا كان الحال من قبل ، ومن المؤكد أن تحقيق هـذا التفاعل والانسجام ، يتطلب أول ما يتطلب تحقيق الاتفاق بين النسق الفكرى والايديولوجى لكل منهمـا ، أو على الأقل عدم تناقضهما فى المجتمع الواحـد .

الفصل الثاني

دراسة عملية الاتصـــال

الفصـــل الثانى

دراســـة عملية الاتصـــــال

مقـــدمة :

اظهر العرض الســـابق ان الاتصـــال بنمطيه الشخصى والجمـــاهيرى عملية دينامية ومعقدة ويتزايد تعقيد هذه العملية وتتشابك مكوناتها عند مستوى الاتصال الجماهيرى ، حيث تتسم علاقات التفاعل عند هـــذا المستوى بالكثافة وشدة الغموض ، ولمـــا كانت دراسة هذه العملية واخضاعها للبحث والتحليل امرا مهمـــا للمشتغلين بالنشـــاط الاعلامى بغية فهم طبيعة عملية الاتصـــال واستخدامها بالكفـــاءة المطلوبة لجـــا البـــاحثون فى مجـــال الاتصـــال الى استخدام فكرة النموذج (Model) من اجل تحليل مكونات عملية الاتصـــال وفهم المتغيرات الفاعلة فيهـــا بصورة اكثر دقة وتنظيما .

ونموذج الاتصـــال هو وصف تصورى مبسط يقدمه الباحث فى شـــكل مخطط لعملية الاتصـــال فى لحظة زمنيـــة معينة بمعنى آخر هو محاولة لتجميد عمليـــة الاتصال فى لحظة زمنيـــة وتقديم وصف للعناصر الاساسية الفاعلة التى يفترض وجودها فى هذه العملية . ويعبر كل نموذج بذلك عن الرؤية الخاصة للفرد الذى قام ببنائه ، لمـــا يتصور بانه المتغيرات الهامة والفاعلة فى عملية الاتصـــال التى يقوم بدراستها(١) . وقد اوضح «كارل ديوتش» عدة مهام يقوم بها النموذج عنـــد دراسة عمليـــة الاتصـــال(٢) . فأولا : يســـاعد النموذج فى تنظيم وربط اطراف عملية الاتصـــال بعضها البعض مما يســـاعد على تقديم رؤية كلية لم يكن يتسنى للدارس ادراكها بدون هذا الترتيب والربط. **وثانيـــا** : يساعد النموذج فى توجيه الدارس الى العناصر الرئيسية فى عملية الاتصـــال التى ينبغى التركيز عليهـــا وفهم تاثيراتها من اجل الســـيطرة على مخرجات العملية . **وثالثا** : مساعدة الدارس على التنبؤ بنتائج عملية الاتصال وبلورة بعض الافتراضات المحتملة لمخرجات هذه العملية .

---

(١) من المؤكد ان هذه الرؤية لا تنبع من فراغ ، ولكنها حصـــيلة جهـــد عقلى وخبرات وابحاث وتجارب .. قام بها الباحث فى هذا المجال .

(٢) أنظر فى ذلك :

K., Deutsh, on **Communication Models in the Social Sciences,** Public opinion Quarterly, 1966, P. 2.

وقد نجح باحثو الاتصــال فى تقديم العــديد من النمــاذج والتصورات النظرية بلغت وفق تقدير احد المصــادر خمســون وصــفا مختلفــا للعملية الاتصالية[1] واللافت للنظر ، ان معظم هذه النمــاذج ان لم يكن جميعها قد جاء حصــاد ابحاث ودراسات اجريت على واقع عملية الاتصــال فى المجتمعات الغربية وقام بهــا باحثون ينتمون الى هذه المجتمعات ، واقتصر الاسهام العربى فى هذا المجال على محــاولة الترجمة والنقــل ، وانعدمت او كادت محاولات التنظير المحلى الخالصة لفهم واقع عمليــة الاتصــال فى المجتمعات العربية ، وغابت حتى الرؤية النقدية لمــا هو منقــول او مترجم وبدا الأمر هنــا كمــا لو كانت هذه النمــاذج والتصورات المنقولة مسلمات تصلح لفهم وتحليل عملية الاتصــال فى مجتمعاتنا رغم شــدة تباين واقع عملية الاتصــال لدينــا عن نظيرتها فى المجتمعات الغربية ، على الأقل بفعل تباين المنــاخ الثقافى والواقع الحضــارى بين المجتمعات العربية والمجتمعات الغربية .

وفى اطار غيبة محــاولات التنظير لواقع عمليــات الاتصال فى المجتمعات العربية ، وافتقار الميــدان الى البيانات الواقعية والدقيقة التى تصلح كقاعدة تساعد فى هذا المجال ، فلا مفر امامنــا هنــا من استعراض عدد من النماذج والتصورات النظرية الغربية لعمليــة الاتصــال من منظــور نقــدى تحليلى يوضح جوانب القوة والضعف فى هذه النمــاذج ، وبمــا يتيح لنــا فى النهاية الاستفادة من جوانب القــوة فى هذه التصــورات فى تطوير رؤية نظرية اكثر ارتباطا بواقع المجتمعات العربية . ويحدد اختيارنا للنمــاذج المطروحة هنــا عدة اعتبارات منهــا : تمثيل المراحل التاريخية التى مرت بها ابحاث الاتصال والرؤية التكاملية التى يعكسها النموذج لعملية الاتصال بنمطيهــا الشخصى والجمــاهيرى ، واهمية الافكار والمعلومات التى يطرحها التصور وما يحمله من حقائق ومتغيرات جديدة تســاعد فى فهم افضل لعملية الاتصال بعبارة اخرى يتناول هــذا الفصل مناقشة العنصرين التاليين :

١ — عملية الاتصال (رؤى اجنبية) .

٢ — عملية الاتصال (رؤية محلية) .

اولا : دراسة عملية الاتصال (رؤى اجنبية):

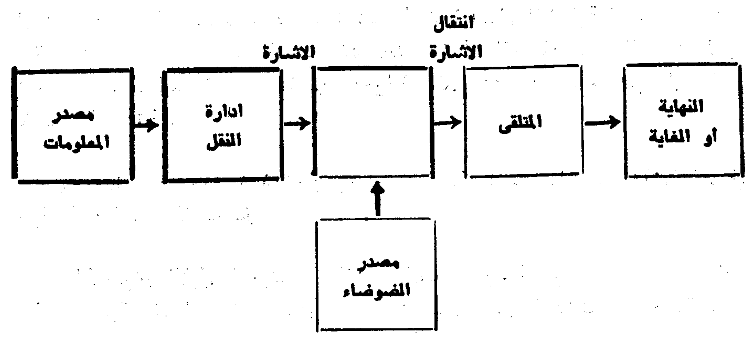
١ — نموذج شــانون وويفر : (Shannon & Weaver)

يعد نموذج « شانون وويفر » عن عملية الاتصــال من النماذج الأوليــة

(١) طلعت منصــور ، سيكولوجية الاتصال ، عالم الفكر ، العدد الثانى، سبتمبر ، ١٩٨٠ ص ١٠٤ .

الاساسية التى نمت منهـا دراسات الاتصـــال . ويعكس هذا النموذج وجهة النظر التى تنظر الى الاتصـــال بوصـــفه عملية خطية يتم فى اطارها نقـــل الرســـالة من المصـــدر الى المتلقى . وقد بلور الباحثان رؤيتهما عن الاتصال خلال الحرب العالمية الثانية ، حيث تركز اهتمامهما الاساسى فى محاولة السعى لتطوير فاعلية قنـــوات الاتصـــال وتحديدا الراديو والتليفون لتصـــبح اكثر كفاءة فى نقـــل الرســـائل واثارا فى ذلك بعض التساؤلات ، كيف يمكن نقـــل أقصى كميـــة ممكنـــة من المعلومات عبر القنـــاة أو الوسيلة الاتصالية ؟ وكيف يمكن قيـــاس قدرة الوسيلة فى حمل المعلومات وتناقلها بين المصدر والمتلقى ؟ ويبدو أن تركيز «شانون وويفر» على دراسة الوسيلة وقدرتهـــا على حمـــل المعلومات يعود الى خلفيتهما الهندسية الرياضية ، ومع ذلك فقد أشارا الى ان نظريتهم فى الاتصال يمكن تطبيقها بصورة واســـعة على كل ســـؤال يتعلق بالاتصال الانسانى(١) .

ويصور النموذج العنـــاصر الأســـاسية لعملية الاتصـــال فى الشـــكل التـــالى :



(تصور شانون وويفر لعملية الاتصال)

ووفقا لهذا التصور تتحدد العناصر الاساسية فى عملية الاتصـــال على النحو التـــالى :

مصدر ، واداة ، ورسالة ، ومتلقى ويضـــاف الى ذلك عنصر آخر دخيل هو الضـــوضاء ، أو التشويش وفى اطار هذه العناصر تســـير العمليـــة على النحو التـــالى :

---

(١)

Shannon, C. & Weaver, W., The Mathematical Theory of Communication, Urbana University of illinois Press, 1964.

المصـدر ، وهو صـانع القرار ، يقوم بتحديد الرسالة التى يرغب فى ارسـالها . هـذه الرسـالة تأخذ طريقهـا الى المتلقى عبر اداة اوقنـاة تتحول خلالهـا الى اشارة ، وفى مرحلة النقل هذه قد تتعرض الاشـارة الى بعض الضوضاء او التشويش ممـا يؤثر على فك رموزها وبالتالى فهمها لدى المتلقى .

وتعرف الضوضاء Noise هنا على انها اى شىء يضاف الى الاشارة بين نقلها واستقبالها ، وهو الشىء الذى لا يقصده المصـدر او يرغب فيه . بعبارة اخرى يعنى مفهوم الضوضاء او التشويش وفقا لتصور «شانون وويفر» اى اشارة تتلقى ولا ينقلها المصـدر وتزيد من صـعوبة فهـم المتلقى للمعنى الحقيقى للرسـالة . وقد ميز الباحثان هنا بين نوعين من التشويش : تشويش المعانى والتشويش الفنى ، ويتحدد تشويش المعـانى ، فى اى تحريف للمعنى الصحيح فى عمليـة الاتصـال والتى لا يقصـدها المصـدر وتؤثر على فهم المتلقى للرسالة فى الاتجاه الصحيح . اما التشويش الفنى او الميكانيكى ، فيعنى اى تدخل فنى او تغير يطرأ على ارسـال الاشـارة فى رحلتها من مصـدر المعلومات الى المتلقى مثل حدوث فرقعة اثناء ارسال الاشارة او صدور ازيز طائرة ، او ضعف حاسة السمع عند المتلقى ، او اذا كان نطق الحروف لدى المصدر غير سليم الى غيرها من العوامل التى قد تتداخل وتؤثر على تلقى الرسـالة بدقة .

وبهذا الفهم حدد « شانون وويفر » ثلاثة مسـتويات من المشكلات فى دراسة عمليـة الاتصـال :

المستوى الاول : ويتعلق بالمشـكلات الفنيـة حيث تتحدد المشـكلة الاسـاسية هنـا فى كيفية نقل رموز الاتصـال بصورة دقيقة وصحيحة .

المستوى الثانى : وهو الخاص بمشكلات المعانى اذ كيف تقوم الرموز المنقولة بنقل المعانى المطلوبة الى المتلقى بصورة دقيقة .

والمستوى الثالث : ويتعلق بالآثار والنتـائج المترتبة على الاتصال حيث تتحدد المشـكلة الاساسية هنـا فى كيفية تاثير المعانى المسـتقلة بفاعلية فى السلوك وذلك فى الاتجاه المطلوب من جانب المصدر .

واذا كان يسهل فهم المشـكلات الفنية الخاصة بالاتصـال والتى يبـدو ان النموذج قام اسـاسا لمحـاولة فهمهـا وتحـديدها ، الا ان المشـكلات الخاصة بالمعـانى ، وان كان من السهل تحديدها وحصرها ، الا انه ليس واضحا كيف يمكن معـالجتها . وقد تم « شـانون وويفر » حلا قاصرا لهذه

المشـــكلات فلديهما ، تتضمن المعانى فى الرسـالة وبالتـالى فان تحسـين صياغتها وتجويدها سـوف يزيد من المعـانى الصحيحة ، ويقلل من التحريف المحتمل لهذه المعـانى لدى المتلقى ، وهو الحل الذى يتجـاهل دور العوامل الثقافية وتأثيرها فى تكوين المعـانى وفى فهمها بصـورة صحيحة لدى طرفى الاتصـال(١) .

وتشير المشكلات الخاصة بالتاثير الى ان « شانون وويفر » ينظران الى الاتصال باعتباره نشـاط دعائى وموجه ، بحيث ان المصدر يتصل بفاعلية مع المتلقى ، عندما المتلقى يستجيب بالطريقة التى يرغبها المصدر . وقد أوضـح الباحثان ، ان المستويات الثلاثة من المشـكلات ليست قائمـة بذاتهـا ولكنها متداخلة ويعتمد كل منها على الآخر وانها معا مطلوب دراستها وفهمها من اجل تحسـين كفـاءة الاتصال وتحقيق فاعليته .

وقد لفت « شانون وويفر » نظرنا الى نقطتين اساسيتين تتعلق احدهما بالمصـدر والأخرى بالمتلقى :

الأولى : مقدار المعلومات لدى المصدر والتى تتيح له حرية الاختيار .

والثانية : هى عدم اليقين او نقص المعرفة لدى المتلقى بالرسالة وحاجته اليها ، ووفقا لتصور « شانون وويفر » ، فانه لكي يصل الموقف الاتصـالى الى وضعه الأمثل ، فانه ينبغى أن تتوافر للمصدر والمتلقى نفس الامكانيـات فعدم يقين المتلقى حيـال الرسالة التى تم ارسالها مساو تماما لحرية المصدر فى الاختيار اثنـاء اعداد الرسالة . او بعبارة اخرى ينبغى توافر حرية الاختيار للمصدر ، وعدم اليقين لدى المتلقى وفى هذه الحالة يصبح هدف المعلومات التى قام المصدر باختيارها ازالة عدم اليقين أو الغموض الذى يشعر به المتلقى .

ومع وجاهة هذه التصورات ، وبالذات ما يرتبط منهـا بالمشكلات التى تحيط بنقل الرسـالة ومفهوم حرية الاختيار لدى المصدر وعـدم اليقين لدى المتلقى ودورها فى دعم كفـاءة الاتصال ، الا أن النموذج فى حد ذاته يتجاهل عنـاصر اساسية فى عمليـة الاتصال . فمن ناحية يقدم النموذج عملية الاتصال بوصفها عملية خطية تسير من المصدر الى المتلقى ويتجاهل هنا عنصر التغذية المرتدة التى تميز عمليـة الاتصال بوصفها عملية تفاعلية ومن ناحية أخرى ، لا يوضح النموذج العوامل الفاعلة فى تحديد حرية الاختيار لدى المصدر او عدم

---

(١) انظر فى ذلك :

John fiske, introduction to Communication studies, Methuen, London, 1982, P. 8.

اليقين لدى المتلقى لكى يتوازن الموقف الاتصالى ويصبح فى وضعه الأمثل،وبدت عملية الاتصال كما لو كانت منعزلة عن السياق الاجتماعى والثقافى الذىتعملفيه مما أضعف من كفاءة النموذج وقدرته على فهم وتحليل عملية الاتصال بصورة أفضل .

٢ — نموذج لاسويل (Lasswell's Model) :

يعد نموذج لاسويل من النماذج الاولية التى سعت الى تفسير عملية الاتصال الجماهيرى ، وقد اكتسب النموذج على بساطته الشديدة شهرة واسعة حتى لا يكاد يخلو مرجع واحد فى دراسات الاتصال دون الاشارة الى تصور لاسويل لعناصر عملية الاتصال الجماهيرى(١) ووفقا لهذا التصور يرى لاسويل ، اننا لكى نفهم عمليات الاتصال الجماهيرى فنحن فى حاجة لدراسة كل مرحلة من مراحل هذه العملية وفقا للعناصر التالية :

من ؟ يقول ماذا ؟ وباى وسيلة ؟ لمن ؟ وباى تاثير ؟

وواضح أن هذه العناصر الخمسة لعملية الاتصال الجماهيرى لا تخرج كثيرا عن العناصر التى سبق أن طرحها «شانون وويفر» فما زالت العملية هنا ، كما هو الحال فى نموذج « شانون وويفر» تفهم باعتبارها عملية خطية (Liner) يتم فى اطارها نقل رسالة من المصدر الى المتلقى ، عبر وسيلة معينة . على أن الاضافة التى يلفت لاسويل نظرنا اليها هى ذلك الجانب المتعلق باثر نقل الرسالة على المتلقى أو عنصر التاثير Effect والذى يعنى كما حدده « لاسويل » أى تغيير يمكن ملاحظته وقياسه لدى المتلقى والذى تسببه العناصر المتداخلة فى العملية ، وقد أوضح لاسويل أن أى تغير فى احد هذه العناصر من شانه احداث تاثير فى العناصر الاخرى وبالتالى التاثير على نتائج عملية الاتصال . فاذا جرى مثلا تغيير القائم بالاتصال ، أو طريقة صياغة الرسالة ، أو القناة المستخدمة فى نقل الرسالة ، فان ذلك يؤدى الى تغيير فى درجة التاثير على المتلقى .

---

(١) يوجد العديد من الدراسات المحلية التى تاثرت بتحليلات لاسويل لعملية الاتصال الجماهيرى . انظر على سبيل المثال الدراسات التالية :

— حامد ربيع ، فلسفة الدعاية الاسرائيلية ، مركز أبحاث منظمة التحرير الفلسطينى ، بيروت ، ١٩٧٠ .

— عبد القادر حاتم ، الاعلام والدعاية ، الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٢ .

— يوسف مرزوق ، مدخل الى علم الاتصال ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٨٨ .

وتعكس صيغة «لاسويل» بالصورة المقدمة عدد من الافتراضات الجديرة بالاشارة هنا وهى :

١ — أن المصدر فى عملية الاتصال يمارس نشاطه بقصد التأثير على المتلقى .

٢ — أن عملية الاتصال الجماهيرى فى أساسها عملية دعائية تهدف الى اقناع المتلقى بوجهة نظر المصدر .

٣ — أن الرسائل التى تحملها أجهزة الاعلام الى المتلقى لها دوما تأثيرات فاعلة على المتلقين .

ومن المؤكد أن فهما أفضل لعملية الاتصال الجماهيرى فى المجتمع لا يمكن أن تقام على مثل هذه التصورات المفرطة فى بساطتها لعملية بالغة التعقيد والتشابك(١) . فمع أن تساؤلات لاسويل الخمسة توجه انتباه دارسى الاتصال الى العناصر البارزة فى عملية الاتصال ، الا أنها تفرط فى تبسيط درجة التداخل والتعقيد فى هذه العناصر . فالمصدر (من) ليس فردا وانما أفراد بل مؤسسة كاملة لا قواعدها وتنظيماتها وعلاقاتها بالمجتمع التى هى جزء منه تؤثر وتتأثر به . والمتلقى ليس فردا وانما جماهير غفيرة ومتباينة ، كما أن القنوات والرسائل متعددة ومتنافسة وأن التأثير ليس بالضرورة شرطا ملازما لكل عمليات الاتصال الجماهيرى الذى يحكم أحداثه لدى المتلقى متغيرات عديدة ، فضلا عن صعوبة قياسه وفقا لتعريف لاسويل (التغير الذى يمكن ملاحظته على المتلقى) حيث أن غالبية تأثيرات الاتصال الجماهيرى ، تأخذ — عادة — صفة تراكمية وليست آنية كما يتصور «لاسويل» .

لقد اهتم «لاسويل» كعالم سياسى بدراسة الاتصال السياسى ، وبالذات النشاط الخاص بالدعاية . وقد انعكس ذلك على تصوره لعملية الاتصال واقتصار رؤيته لها على أنها عملية خطية ودعائية تهدف الى التأثير على المتلقى واقناعه بوجهة نظر المصدر ، مما عرض النموذج لانتقادات شديدة من جانب بعض الباحثين الذين أقاموا انتقاداتهم على أساس تجاهل النموذج لعناصر هامة وفاعلة فى عامة الاتصال الجماهيرى منها(٢) :

---

(١) راجع انتقادا مفصلا لنموذج لاسويل فى المرجع التالى :
Braddock, R., Extension of the Lasswell formula, Journal of Comm., 1958, PP. 88 — 93.

(٢) أحمد بدر ، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية ، الكويت ، وكالة المطبوعات ، ١٩٨٢ ص ٦٠ .

الموقف الاتصـــالى العام ، الهدف الذى تسعى الى تحقيقة عملية الاتصــــال ، ورجع الصـــدى من المتلقى الى المصدر ، والاطار الدلالى او الخبرة المشتركة بين طرفى الاتصـــال .

٣ — نموذج جيربنر : (Gerbner's Model)

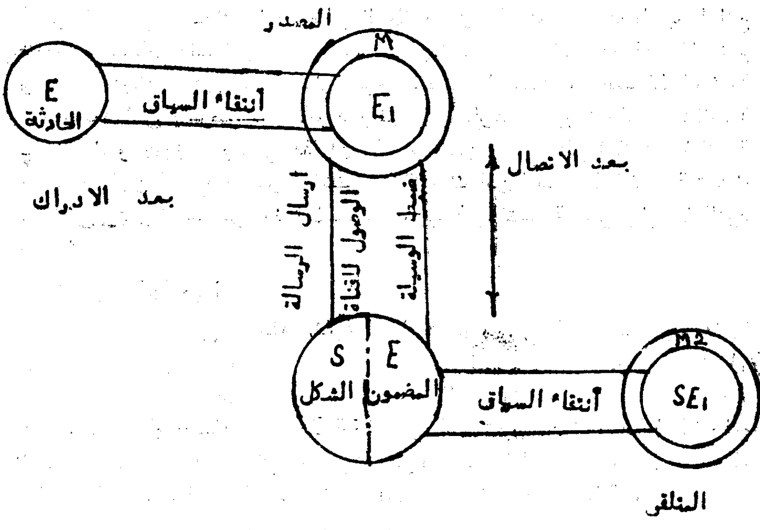
يتميز نموذج جيربنر الذى يعمل أستاذا للاتصـــال فى جامعة بنسلفانيا بالولايات المتحدة ، بالتركيز على ربط الرسالة بالواقع والتـأكيد على عمليات الادراك ومعانى الرموز وطريقة تشكلها او فكها لدى كل من طرفى الاتصال . ويرى « جيربنر » أن نموذجه للاتصـــال له صفة العمومية فى التطبيق من حيث انه يجذب الانتبـــاه الى تلك العنـــاصر الفاعلة فى كل فعل اتصالى(١) .

واذا نظرنا الى شـــكل النموذج ، فانه يبدو لأول وهلة ، أكثر تعقيـــدا من نموذج « شانون وويفر » ، بيد ان امعان النظر فى النموذج يكشف أنه ما زال يعبر عن الرؤية الخطية لعملية الاتصـــال كمـــا هـــو الحـــال فى نموذجى « شانون وويفر ولاســـويل » . حيث تســـير عمليـــة الاتصـــال على النحو التـــالى :

شخص ، يدرك واقعـــة ، فى سياق معين ، يحدث تفاعل بطريقة ما يتشكل تصور ، بشـــكل محدد ، وســـياق ، لنقـــل النص بترتيب معين الى شخص آخر ، يدرك النص فى سياق معين ويعكس الشكل التـــالى تصـــور جيربنر لهذه العمليـــات :

---

(١) انظر :
Denis McQuail and Sven Windahl, Communication Models Longman, London, 1981, P. 18.



(تصور جيربنر لعملية الاتصـــال)

وقد أوضح جيربنر ان عملية الاتصال تتضمن بعدين اساسيين :

الأول : بعد الادراك والفهم « البعد الأفقى » .

والثــانى : بعد الاتصال والتعامل مع الوسيلة (البعد الرأسى) .

١ ــ البعد الأفقى :

وفيه تبدأ العملية بالواقعـــة او الحـــادثة (E) التى يتم ادراكهـــا بواسطة (M) او المصدر ، ولدى جيربنر فان (M) يمكن ان يكون انسان أو آلة مثل الكاميرا أو الميكرفون ، وادراك المصـــدر (M) للحادثة (E) هـــو أدراك (E_1) وهذا هو البعد الادراكي فى بداية العملية ، وتحول (E) الى (E_1) يعنى أن المصدر لا يتمكن من ادراك كل ما يحيط بالواقعة حتى ولو كان هذا المصدر آلة ، فان تصويرها للحادثة يتأثر ايضـــا بمدى فنيتهـــا وقدرتها المـــادية ويصبح الادراك اكثر تعقيدا فى حالة ما اذا كان (المصدر) انسانا ، حيث يعتبر الادراك الانسانى للمثيرات ادراك مبسـط ، ولكن هو عملية من التفاعل والمحاورة ، وما يحدث فى الواقع هو اننا نحاول المواءمة بين المعنى الظاهرى للرمز او المؤثر الخارجى والمعنى الباطنى له لدينا وعندما تتم هذه المزاوجة ندرك شيئا ما ونعطيه معنى معين .

وهكذا ، فان المعنى فى هذا الســـياق يتحدد على ضـــوء المزاوجة بين

الرمز الخارجى (الحادثة) والمعانى الباطنية لدى المصدر ، حيث يلعب الدافع للفهم او التنظيم هنـا دورا كبيرا . على أن الأمر المهم هنـا هو أن هذا الفهم وتنظيم المدركات لدى الفرد يتأثر بقوة بالثقافة السائدة ، وانمـاط التنشئة الاجتماعية التى يتعرض لها الأفراد والتى فى اطارها تتطور المعانى الباطنيـة للأشـياء والرموز ، ويعنى هذا أن الأفراد الذين ينتمون الى ثقافات مختلفـة سوف يدركون الواقع بصورة مختلفة . فالادراك اذن ليس عملية نفسية تحدث داخل الفرد وانمـا هى ايضا مسـألة مرتبطة بالثقـافة التى يخبرها الفرد ويعايشها .

٢ — البعد الراسى :

فاذا انتقلنا الى المرحلة الثانية أو البعد الراسى فى العملية فانه يتم عندما يرغب المصدر فى ارسال ادراكه للحادثة (E) الى شخص آخر ويسـتعمل « جيربنر » كود (SE) وهو يرمز الى ما نطلق عليه عـادة الرسالة ، التى هى اشـارة او بيـان عن الحادثة والدائرة التى تعبر عن الرسالة فى النموذج تنقسـم الى جانبين (S) وتشير الى الجانب الاول منهما بمعنى الشـكل الذى تأخذه الرسالة ، فى حين تشير (E) الى مضمون الرسالة .

ومن الواضح أن المضمون المقدم او (E) يمكن ان ينقل بعدة طرق مختلفة حيث يوجد العـديد من الطرق التى يمكن الاختيار من بينها . ويعد انتقاء افضل شكل بالنسبة للحادثة (E) واحدا من الاهتمامات الملحة للقـائم بالاتصال . ويؤكد جيربنر أن (SE) مفهوم موحد وليس مجالين منفصلين ، يتفاعلان معا ، حيث ان انتقاء (S) سوف يؤثر بوضوح على تقـديم (E) الحادثة . وهكذا يوضح جيربنر أن العلاقة بين الشـكل والمضمون هى علاقة دينامية وايجابية ولا يمكن الفصـل بينهمـا ، وفى ذلك يوجه «جيربنر» انتقادا حادا الى نموذج « شانون وويفر » الذى يؤكد أن مضمون الرسالة يوجد بصورة مستقلة ، ويرى « جيربنر » أن الرسـالة لا يمكن أن توجد قبل تشكيلها ووضعها فى شكل معين او فى كودها ، وتعد عملية التشـكيل هنا عملية ابداعية وخلاقة وقبلها فقـط يوجد الدافع . والحاجة للتشـكيل ليست فكرة قبلية سابقة لوجود المضمون الذى يتطلب ان يوضع فى كود . بمعنى آخر ليس هنـاك مضمون قبل التشكيل ولا تشـكيل قبل المضمون ، ومحاولة الفصل بين الاثنين هى محاولة فاشـلة ومشـكوك فيها .

وفى هذا الجانب الاتصـالى ، يعد الانتقاء عملية مهمة تمـاما ، مثلمـا هو الحال فى الجانب الأفقى من العملية ، فهناك اولا : انتقاء وسيلة او قنـاة الاتصـال ، ثم هنـاك انتقـاء من جانب المدرك (E_1) حيث لا يؤدى هـذا المدرك اسـتجابة كاملة وشـاملة بالدقة المطلوبة خـلال عمليـات الانتقـاء والاختيار التى يقوم بها المصـدر وتصبح احتمالات التشويه واردة .

كذلك ، ووفقا لتصور « جيربنر » ، فان هذا الجانب الراسى من العملية ،

يتضمن مفهوم القدرة على الوصول الى القناة او الوسيلة الاعلامية ، حيث يعد هذا المفهوم من المفاهيم المحورية التى تثار حولها مناقشات واسعة فى الوقت الراهن(١) . حيث تتباين قدرات الافراد وفقا لمراكزهم الاجتماعية واوضاعهم الاقتصادية فى الوصول الى وسائل او قنوات الاتصال .

واذا كانت بعض الدول او الحكومات ، تتجه — عادة — الى فرض سيطرتها على عملية الاتصال الجماهيرى ، وبالتالى تحد من قدرة الافراد على استخدامها او المشاركة فيها ، فان الامر لا يختلف ايضا على مستوى الاتصال الشخصى ، حيث قد يمارس المدير المتسلط او المدرس فى الفصل تأثيرا كبيرا ويحد بالتالى من قدرة الآخرين على ممارسة الاتصال ، وذلك بالحد مثلا من قدرتهم على الحديث . والأب المتسلط ايضا سوف لا يسمح لأطفاله ان يتحدثوا قبل أن يتحدث ، وهو فى ذلك يتشابه مع الكثير من الحكومات فى الانظمة الشمولية ، عندما لاتسمح فقط الا للرواية الرسمية للاحداث فى الظهور على شاشات التليفزيون .

وفى المرحلة الثالثة من العملية ، فان المتلقى (M^2) يقوم بادراك اشارة او بيان عن الحادثة . وكما هو واضح من قبل ، فان معنى الرسالة لا يكمن فى الرسالة ذاتها ولكن هو نتيجة التفاعل والحوار بين المتلقى والرسالة فالمتلقى لديه مجموعة من الاحتياجات والاهتمامات والمفاهيم المنبثقة من ثقافته، وعلى ضوء هذه المفاهيم تتأثر طريقة ادراك المتلقى للرسالة ، كذلك فان الرسالة ذاتها قد تحمل معانى عديدة ، يحتمل ان تفهم بطرق مختلفة .

ومحصلة التفاعل والحوار بين المتلقى والرسالة هو ما يدركه المتلقى ويفهمه من الرسالة ، ويثير « جيربنر » هنا مفهوم «انتقاء السياق» الذى يرادف مفهوم امكانية الوصول للقناة فى البعد الرأسى ، حيث يساعد هذا المفهوم فى تحديد ما يتم ادراكه بالفعل من قبل المتلقى . ويتولى مهمة انتقاء السياق الملائم المصدر او القائم بالاتصال ، وعليه فى هذه الحالة تحديد كيفية نقل الرسالة وكذا لمن سوف يوجهها اليه .

وايا كان الأمر ، فان نموذج جيربنر ما زال مجرد تطوير جيد لنموذج « شانون وويفر » ، حيث ما زال ينظر هو الآخر الى عملية الاتصال بوصفها عملية خطية يتم فى اطارها نقل الرسالة من المصدر الى المتلقى ، والتطوير الذى يضيفه هنا يكمن فى اهتمامه ببحث ما يحدث وراء العملية نفسها وحديثه فى ذلك عن الواقعة او الحادثة (E) ومسالة المعنى والادراك ، وحتى عند هذا المستوى ، فان النموذج يتجاهل مناقشة المشكلات الخاصة بكيفية تولد المعانى ، والعوامل المؤثرة فى ذلك وبالذات ما يتعلق منها بالبناء الاجتماعى

---

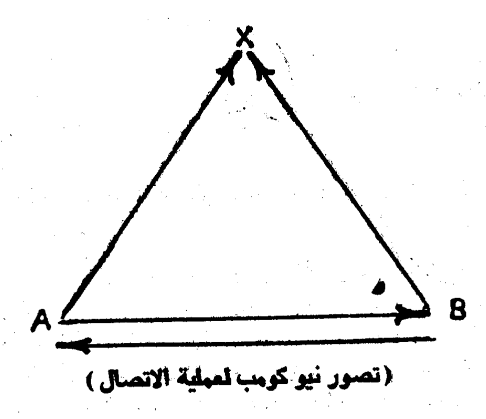
(١) انظر فى ذلك :

John fiske, introduction to Communication studies, Op. Cit., P. 21

والثقافة السائدة . وكذلك فان جيربنر يتناول موضوع شكل الرسالة او الكود المستخدم فى تقديم المضمون كحقيقة مسلم بها ، بينما انصار مدرسة الظواهر قد يجدون أن الرسالة هى الوسيلة على حد وصف مارشال ماكلوهان(١) . كما وقع جيربنر فى خطأ افتراض أن كل العمليات الأفقية متشابهة حيث من المؤكد أن ادراك المتلقى للرسالة ليس هو نفس ادراك المصدر للحادثة ، فالمتلقى ليس آلة صماء يستجيب بنفس الطريقة لمشاهدة فيلم تليفزيونى حول حادثة معينة كما لو كان مشاهدا لهذه الحادثة فى الواقع الفعلى فالرسالة بطبيعتها تشكلت او صيغت بطريقة مختلفة عن الواقعة الحية وبالتالى توجه استجاباتنا بصورة معنية .

نموذج نيوكومب : (New Comb's Model)

قدم « نيو كومب » نموذجا مختلفا تماما عن النماذج الخطية السابقة حيث يأخذ النموذج شكل مثلثى كما يبدو من الشكل التالى(٢) :



(تصور نيو كومب لعملية الاتصال)

والنقطة الأساسية الجديدة فى النموذج هى الاهتمام بدور الاتصال فى المجتمع وفى تحديد العلاقات الاجتماعية . وتتحدد نظرة « نيو كومب » لوظيفة الاتصال فى الحفاظ على التوازن داخل النسق الاجتماعى والعناصر الأساسية فى النموذج تبدو كما يلى :

(A) و (B) هما المرسل والمتلقى . وقد يكونا افرادا او اتحادات

---

(١) راجع عرضا مفصلا لوجه نظر ماكلوهن فى هذا المجال فى : جيهان رشتى : الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ص ص ٣٨٤ — ٢٩٦ .

(٢) انظر فى ذلك :

Denis McQuail and Sven Windahl, Op. Cit., P. 31.

او الحكومة والناس (X) هى جزء من البيئة الاجتماعية لكل من المرسل والمتلقى ويشـكل (X.B.A) نظام تتداخل علاقاته الداخليـة . فاذا تغـير اى من اطرافه تغيرت بقية الاطراف وتعمل المكونات الاسـاسية للنظـام على النحو التـالى :

١ — توجه (A) نحو (X) يتضمن الاتجاه نحو موضوع أو هدف يمكن الاقتراب منه أو تفاديه يحكمه فى ذلك بنـاء القوة والثقـافة السـائدة . وكذا الخصـائص المعرفية (المعتقدات والبناء المعرفى) .

٢ — يتوجه (A) نحو (B) بنفس المعنى عن الموضوع أو الحدث .

٣ — يتوجه (B) نحو (X) .

٤ — يتوجه (B) نحو (A) .

ويرى «نيو كومب» انه من المهم أن يكون لدى المرسل والمتلقى اتجاهات متشابهة نحو الموضوع (X) فاذا تحقق ذلك ، فان النظام سـوف يكون فى توازن . اما اذا لم يكن لديهما اتجاهات متشابهة نحو (X) فانهما سـيكونان تحت ضـغط للاتصـال حتى يصلا الى اتجاه متشـابه .

على ان الامر الاكثر اهميـة هنـا ، ويؤكد عليـه « نيوكومب » هو ما يمثله الموضـوع او الشخص (X) من اهمية لدى كل من المصـدر والمتلقى ، وكذلك دافعهمـا المشترك للتوجه نحو الموضـوع ، وقد لا يكون الموضوع شىء او شخص ، وانمـا قد يكـون جزءا من البيئـة المشتركة لكل من المصـدر والمتلقى . فقد يكون المصدر (A) مثلا الحكومة والمتلقى (B) الحزب الذى تمثله الحكومة و (X) السياسة . فاذا كان لدى الحكـومة والحزب مبادىء مشتركة او متشـابهة حول السياسة السائدة فانهما سوف يكونا تحت ضغط لعقد اجتماعات مكثفة لمحاولة التوصل الى اتفاق على (X) او السياسة المطروحة . اما اذا لم يكن لديهمـا مبـادىء مشتركة فالمتلقى (B) سوف يكون اقل حاجة للاتفاق حول السياسة .

ويرى نيوكومب ان توازن النظام يزيد الحاجة الى الاتصال ويمكن ان نلمس ذلك بوضـوح عندما يتغير (X) او السياسة فان (B,A) يصبحان فى حاجة للاتصـال لايجاد تكيف مشترك بينهمـا نحو السياسة الجديدة ، فقد كان رد فعل الافراد سريعا حول استقالة هارولد ولسون رئيس وزراء بريطانيا حيث نشأت حاجة لدى الافراد للتعرف على رأى اصدقائهم فى هذه الاستقالة وكورز ولسون وقت الحرب . ويعتقد نيوكومب ان ما يدفع الافراد الى ذلك هو الرغبة فى الوصول الى تفاهم مشترك نحو الحدث .

ويخلص نيوكومب مما تقـدم الى ان اعتمـاد الناس على اجهزة الاعلام يتزايد بصـفة مستمرة . كمـا ان الحكومة يتزايد اعتمـادها على اجهـزة الاعلام لدعم سياستها ، وطالمـا ان السياسة فى تغير مستمر نتيجة لتغـير

الظروف ووقائع الحياة ، فاننا نجد الحكومة والشعب (B,A) فى حاجة الى اتصـــال مستمر من خلال اجهزة الاعلام(١) .

وواضـــح من تحليلات « نيو كومب » لعملية الاتصـــال ، تاثره البـــالغ بنظرية التـــوازن فى علم النفس ، وهى النظرية التى ترى أن اســـتجابة الفرد للمثيرات الخارجية تتأثر بحـــالته النفســـية التى تتســـم بالتوازن او عدم التوازن مع المثير الخارجى(٢) . وأن النموذج يميل الى تأكيد وجهة النظر التى ترى أن النـــاس تميل الى مصـــادر المعلومات التى تساند ممارســـاتهم الفعلية . وهو بذلك يؤكد على اهمية العمليـــات الانتقائية ودور التوقعات فى عملية الاتصـــال والتى تجعـــل معظم تأثيرات الاتصـــال بنوعيـــه الشخصى والجماهيرى تتجه الى التدعيم وتثبيت الآراء والاتجـــاهات القائمـــة أكثر من تغييرها ؛ وهى الافتراضات التى تؤكدها الكثير من الابحاث فى هذا المجال(٣) .

ومع ذلك ، فان وجود اتجاه موحد أو اتفاق على المبـــادىء بين طرفى الاتصـــال ليس شرطا ضروريا لدعم كفـــاءة الاتصـــال ، كما يفترض النموذج فالتنافر والاختلاف قد يتم معالجته من خلال تشكيل علاقات جديدة أو من خلال ايجاد تكيف بين الرؤى المتباينة ، كذلك ، فاننا لا يمكن ان نسحب التعميمات المتصلة بعلاقات الاتصـــال بين الافراد أو حتى الجمـــاعات الصـــغيرة على علاقات الاتصـــال فى المجتمع ككل ، ذلك أن المجتمع قد لا يكون فى حاجة الى التوازن أو التوافق كمـــا هو الحال فى المواقف الفردية الصـــغيرة ، بل على العكس قد يحتاج المجتمع فى بعض الحالات درجة من الصراع وعدم التوازن من أجل التطوير والتنمية وهنـــا يلعب الاتصـــال دورا كبيرا فى تلبية هـــذه الحاجة المجتمعية .

وأيا كانت الملاحظات التى يثيرها نموذج « نيوكومب » فان هذا النموذج يلفت نظرنا وان كان بصـــورة غير مباشرة الى حاجة النـــاس الى المعلومات التى ينظر اليهـــا فى المجتمعات الديمقراطية على أنها حق وضرورة وبدونها ، فان الافراد يفتقدون الشـــعور بالانتمـــاء للمجتمع ، فنحن ينبغى أن نحصـــل على المعلومات الكافية عن بيئتنا الاجتمـــاعية لكى نعرف كيف نتصرف ازائها . وكذلك لكى يتم توحيد رد الفعل ازاء الاحداث الهامة التى يواجهها المجتمـــع ولرأب الفجوة بين ثقافات المجتمع المختلفة وتحقيق التكامل بين أجزاء الأمة .

---

(١)

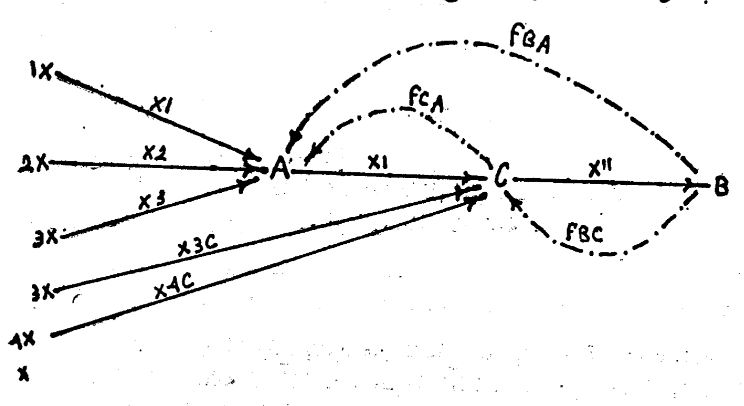
John fiske, Introduction to Communication studies, Op Cit., P. 33.

(٢) جيهان رشتى ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ، ص ٢٤٠ .

(٣) أنظر فى ذلك : Joseph, Klapper, The Effects of Mass Communication, New York, Free Press, 1960.

٥ — نموذج وستلى وماكلين : (Westly and Maclean's Model)

سعى وستلى وماكلين الى تطوير نموذج نيوكومب السابق عرضه لكى يتناسب مع عملية الاتصال الجماهيرى ، وقد انعكس التطوير فى جانبين اساسيين : **الأول** : هو اضافة عنصر جديد هو (C) الذى يشير الى عملية تحرير الأخبار والمعلومات داخل المؤسسة الاعلامية ، وهى العملية التى يتم خلالها اتخاذ قرار حول ماذا وكيف يتم الاتصال . **اما التطوير الثانى** : فيتمثل فى فرد النموذج لكى يأخذ الشكل الخطى المألوف من قبل فى النماذج السابقة وذلك كما هو واضح فى الشكل التالى[1] :



(تصور وستلى وماكلين لعملية الاتصال الجماهيرى)

وكما هو واضح من الشكل فان (X) اصبحت فى نموذج وستلى وماكلين اقرب الى (A) والاسهم تأخذ طريقا واحدا و (A) أصبح اقرب الى وضع الكود كما هو الحال فى نموذج شانون وويفر او لاسويل و (C) له بعض خصائص الناقل . كما نلاحظ انشطار (X) لكى يتبين طبيعتها المتنوعة او المتعددة وتتحدد عناصر النموذج على النحو التالى :

١ — ترمز (X) للموضوعات او الاحداث التى تقع فى البيئة الاجتماعية التى يجرى الاتصال حولها من خلال اجهزة الاعلام ومن ذلك وقوع زلزال او تغير فى الأسعار او ظهور نتائج انتخابات ... الخ .

٢ — تشير (A) الى دور المصدر ، وقد يكون هذا المصدر افرادا او مؤسسات لديها شىء ما عن الحادثة او الواقعة (X) وترغب فى توصيله الى الجمهور بطريقة هادفة او مقصودة ، هذا المصدر قد يتحدد فى القادة

(1) Denis McQnail & S ven Windahl, Op. Cit., P. 26.

السياسيين ، أو المعلنين أو مصـــادر الأخبــار أو مراسلوا الصحف ووكالات الانبـــاء ... الخ .

٣ — تمثل (C) المؤسســـة الاعلامية ، حيث يتولى العاملون بها اخضاع ما يصل اليها من مــواد اعلامية للفحص والانتقاء قبــل أن تأخذ طريقهـــا عبر الوسيلة الاعلامية الى الجمهور . وقد تأتى المــادة الإعلاميــة مبــاشرة دون المرور عبر وسيط المصدر (A) الى المؤسسة الاعلامية . وهكذا فان (C) تعتبر وسيط يتولى التعامل مع كل من (B) و (A) هذا الدور الذى تقوم به المؤسسة الاعلامية قد يمارس أحيانا بطريقة غير هادفة أو روتينية لا تحكمـــه سوى الاعتبارات المهنية الخاصـــة بالحاجة الى النشر الجمـــاهيرى وتلبية رغبـــات الجمهور .

٤ — تشير (B) الى دور الجمهور ، الذى قد يكون فردا أو جمـــاعة أو حتى المجتمع ككل والذى تتولد لديه الحاجة الى المعلومات .

٥ — (XI) هى الرسالة عن الحادثة كما يصـــورها (A) و (XII) هى صورة الرسالة بعد اعادة تشكيلها داخل المؤسســـة الاعلاميـــة لكى تأخذ طريقها الى الجمهور عبر القناة أو الوسيلة الاعلامية .

٦ — يوجد رجع صـــدى من المتلقى (B) الى المصـــدر الأصلى (A) وأيضا من المتلقى (B) الى المؤسسة الاعلامية (C) ومن هذه الى المصدر (A)

ويلاحظ هنا أن النموذج ينفرد عن النماذج السابقة بعدة مميزات منها(١) : أن العملية الاتصـــالية لا تأخذ لديه طابعا خطيا كمـــا هو الحـــال مثـــلا فى النمـــاذج السابقة وانمـــا تأخذ طابعا دائريا حيث يهتم النموذج برجع الصدى (Feed back) وفى حين تشير النمـــاذج السابقة الى نشاط القائم بالاتصـــال (A) بوصفه نشاطا هادفا أو متصودا بمعنى أن لديه توجهات تأثيرية نحـــو المتلقى ، نجـــد أن النموذج الحالى يشـــير أيضا الى النشاط غير الهادف الذى تتميز به أحيانا عمليـــات الاتصـــال عبر وسائل الاتصال الجماهيرى .

كمـــا يلاحظ أيضـــا أن الجمهور (B) فقد اى خبرة مباشرة أو فورية مع الأحداث (X) كمـــا فقد العلاقة المبـــاشرة مع المصدر على النحو الذى كان يصوره « نيوكومب » ، وقد أوضح وستلى وماكلين أن أجهزة الاعلام توسع من البيئة أو الخبرات الاجتمـــاعية التى يحتاجها الأفراد (B) كمـــا توفر المناخ الذى يتم فى اطاره حدوث تكيف بين الأفراد والأحداث فى المجتمـــع ، وقد أبقى « وستلى وماكلين » على فكرة « نيو كومب » الخاصة بالحاجة الى وجود توافق مشترك نحو (X) بين المصدر والمتلقى ، على أساس أن توافر هذا العـــامل

---

(١) جيهان رشتى الأسس العلمية لنظريات الاعـــلام ، مرجع سابق ص ١٨١ .

يعد الدافع الاساسى للاتصال والتفاعل مع رسائل أجهزة الاعلام . ووفقا لتصورات « وستلى وماكلين » فان (A) و (C) يلعبان الدور الأساسى فى العملية ، حيث أن (B) هو متأثر فقط بنتائج نشاطهما . لقد وسع المجتمع الذى نعيش فيه بالضرورة نطاق البيئة الاجتماعية التى نحن فى حاجة الى أن نكيف انفسنا معها . ولذلك فان احتياج المتلقى للمعلومات والتكيف مع البيئة يتزايد، بيد ان اساليب اشباع هذا الاحتياج كانت دوما مقيدة ومقصورة على أجهزة الإعلام التى تعد الادوات المتاحة فقط أمام الأفراد لتحقيق احتياجاتهم من المعلومات .

وايا كانت الافتراضات والتصورات التى يعكسها النموذج فان ثمة بعض الملاحظات الجديرة بالاشارة هنا :

١ — أن اعتماد الافراد على أجهزة الاعلام لامدادهم بالمعلومات على النحو الذى يسعى الى تصويره النموذج ، يتجاهل العلاقة بين أجهزة الاعلام والأدوات الأخرى التى تساهم فى تكيف الافراد مع بيئتهم الاجتماعية ومنها : الاسرة ، زملاء العمل ، جماعة الاصدقاء ، المدرسة ، المسجد ، الكنيسة ، النقابات ، الاحزاب السياسية أو كل شبكات العلاقات الرسمية وغير الرسمية والتى من خلالها يتكيف الأفراد مع المجتمع الذين يعيشون فيه بمعنى آخر ان اجهزة الاعلام وان كانت تلعب الدور الأساسى فى ترويج المعلومات وتوفيرها للافراد فانها ليست العنصر الوحيد الذى يعتمد عليه الافراد بالصورة التى يسعى النموذج الى تصويرها .

٢ — ينطلق النموذج من افتراض مؤداه : ان اطراف العملية الاتصالية لديهم اهتمامات وعلاقات متوازنة فى حين أن العلاقة بين الاطراف الاساسية فى النموذج (A) و (C) و (B) نادرا ما تكون متوازنة أو متقاربة ولا يقتصر عدم التوازن على علاقة الاتصال فقط وما يحكمها من توجهات متباينة ولكن ايضا قد تتضمن علاقة سياسية بين (A) و (C) حيث يفرض المصدر (A) ضغوطا سياسية على المؤسسة الاعلامية او العكس كما هو الحال حينما تملى المؤسسة الاعلامية على المراسل الصحفى او المندوبين العمل بوجهة نظر معينة ، ويحدث نفس الشىء احيانا بين (B) و (C) حينما تتبنى المؤسسة الاعلامية موقفا سياسيا معينا وتسعى الى ترويجه لدى الجمهور . كذلك ، فان قدرات (C) على العمل تتوقف على ضوء قدرات (A) فى امداد المؤسسة بالمعلومات والتى لا تستطيع أن تعمل بدونها ، ويشير كل ذلك الى ان اطراف العملية لا تعمل بحرية وعلاقات متوازنة وانما توجد ضغوط وعلاقات غير متوازنة بينهما على عكس ما يصور النموذج .

٣ — يبالغ النموذج فى تأكيد درجة الاتساق والمشاركة فى عمليات الاتصال الجماهيرى ، فالقائمون بالاتصال ، وكذا الجمهور يشاركون فى العملية بنفس القدر من الإهتمام ، فى حين أن واقع الممارسة يكشف أن

كل طرف عادة ما ينخرط فى العمليـــة باهداف وتوجهات قد لا تكون لها علاقة بالطرف الآخر . فأعضاء الجمهور قد يكونوا مجرد متفرجين لما يعرض عليهم من مضـــامين دونمـــا احتياج حقيقى للمواد المقدمة التى يعرضها القـــائم بالاتصال . وكذلك فان القائمين بالاتصال ، قد لا يكونوا فى حالة اتصال حقيقى مع الجمهور وان توجهاتهم تتجه ليس ناحية جمهور المتلقين ، ولكن ناحية رؤساء العمل او زملاء المهنة او المصـــادر التى يحصلون منها على الأخبار(١) . وفى ذلك يتجاهل النموذج خضـــوع ادوار القائمين بالاتصـــال ، وكذا اعضـــاء الجمهـــور فى عمليـــة الاتصـــال للضـــغوط المؤسســـية والمجتمعية ، وهى الضغوط التى تلعب دورا فى تحديد درجة مشـــاركة كل طرف فى هذه العملية فقد يفرض المجتمع مثلا قيـــودا على القائم بالاتصـــال لعدم نشر الاخبار التى تمس الأمن القومى ، او تعرض تماســـك المجتمـــع للخطر ، كذلك فان الواقع المجتمعى يفرض على الجمهور احتياجات واهتمامات معينة وهكذا .

٦ — نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين :

يعد نموذج كاتز ولازر سفيلد لتدفق المعلومات على مرحلتين والتـــأثير الشخصى من النمـــاذج المهمة التى كانت بمثابة نقله اساسية لبحوث الاتصال وعمليـــاته ، وقد جاءت الافكـــار الأســـاسية التى يقدمها نموذج انتقـــال المعلومات على مرحلتين ، لتبلور نتـــائج البحـــوث المبكرة التى سعت لبحث تأثيرات اجهزة الاعـــلام فى الحملات الانتخابية وبالتحديد انتخابات الرياســـة الأمريكية عام ١٩٤٠(٢) .

وقد وجه أصحاب نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين انتقادا حـــادا لنمـــاذج الاتصـــال السابقة والتى كانت سائدة فى تلك الفترة وتنطلـــق من مبدأ المثير — الاستجابة التقليدى وبالتالى ما يقوم عليه من افتراضات . فقـــد ظهر أن التأثيرات الاجمـــالية التى تركتها رســـائل أجهزة الاعـــلام حول الانتخابات ، كانت ضئيلة ، وان نموذج المثير — الاستجابة كان غير قادر على تصوير ما يحدث فى الواقع الاجتماعى للجمـــاهير المغفيرة بصـــورة مناســـبة او عمليـــة .

وبتقييم نتائج البحث الذى أجرى على آثار اجهزة الاعـــلام فى حمـــلة

---

(١) تبين ذلك بوضوح فى دراسة ميـــدانية اجريت على العـــاملين بالمؤسسات الصحفية فى مصر ولمزيد من التفاصيل انظر :

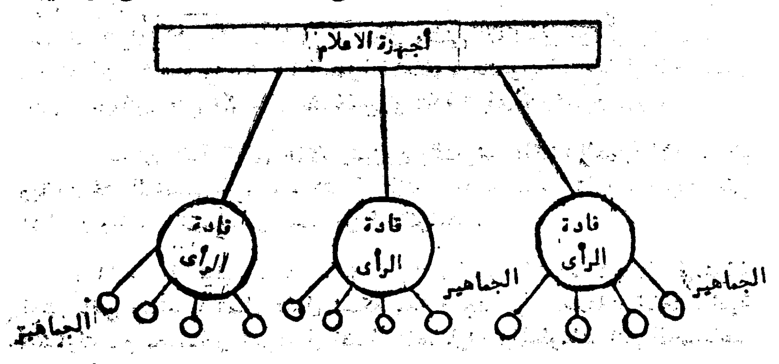
عبد الفتاح عبد النبى ، ســـسيولوجيا الخبر الصـــحفى ، القـــاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ١٩٨٩ .

(٢) أنظر فى ذلك :

Paul. F. Lazarsfeld and others, The Peoples choice, N.Y., Columbia University Press, 1948.

الانتخابات الأمريكية لعــام ١٩٤٠ ، قام الباحثان بتعديل نموذج (المثــير — الاستجابة) بادخال فكرة تدفق المعلومات على مرحلتين (Two step Flew of Communication) وكذلك مفهوم قادة الرأى (Opinion Leaders) ونتيجة لما كشفت عنه نتائج البحث من فشل نسبى لأجهزة الاعلام فى التأثير على نتيجة الانتخابات فى مقــابل التأثير القــوى للاتصــال الشخصى ، افترض الباحثان ان الأخبار غالبــا ما تسير من الراديو والصحف الى قادة الرأى . ومن هؤلاء الى القطاعات الأقل نشاطا من السكان .

وقد جرى تتبع هــذا التصور بالمزيد من البحوث وباعادة التقييم النظرى للنموذج الاصلى فى كتاب التأثير الشخصى الذى قدمه كاتز ولازر سفيلد عــام ١٩٥٥(١) . ويوضح الشــكل التالى نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين :



(نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين)

وكمــا هو واضح من النموذج ، فان المعلومات تصل أولا الى قادة الرأى من أجهزة الاعلام ، ثم من خلال قادة الرأى الى الجماهير التابعة عبر وسائل الاتصال الشخصى ، فى حين ان التصور السابق لعملية الاتصال الجمــاهيرى ، كان يشير الى ان المعلومات تصل من أجهزة الاعلام الى الجماهير مباشرة دون وســيط كمــا هو الحال فى النموذج الجديد .

ويثير نموذج انتقــال المعلومات على مرحلتين الافتراضات التالية :

١ — ان الافراد ليسوا منعزلين اجتماعيا ، ولكن أعضــاء فى جماعات اجتمــاعية ، كمــا أنهم يتفاعلون مع بعضهم البعض ولهذا تأثير كبير فى تحديد تأثيرات أجهزة الاعلام .

---

(١) أنظر فى ذلك :

Katz and Lazarsheld, Personal influence, Glencoe, Free Press, 1955.

٢ — ان الاستجابة ورد الفعل لرسائل اجهزة الاعلام سوف لا تكـون مبـاشرة وفورية ، ولكن تتأثر بطبيعة التفاعل والعلاقات الاجتماعية السائدة بين اعضـاء الجمـاعة الاجتماعية .

٣ — ان العمليتين يشتملان على جانبين :

الأول — التعرض والانتبـاه .

والثانى : الاستجابة المتمثلة فى شـكل قبـول أو رفض التأثير والتعرض لا يعنى الاستجابة كمـا ان عدم التعرض لا يعنى عدم الاسـتجابة (بسبب البطول التالى من الاتصال الشخصى)(١) .

٤ — ان الأفراد ليسوا متساوين تماما امام الحملات الأعلامية ، ولكن يقومون بادوار مختلفة فى عملية الاتصـال ، وبصورة خاصـة يمكن ان يكون هنـاك افراد أكثر نشـاطا فى استقبال وتلقى الأفكـار من اجهزة الاعـلام وافراد اقل نشاطا وتعرضـا لأجهزة الاعلام ويعتمدون اساسا فى الحصـول على معلوماتهم على الاتصال الشخصى أو قادة الرأى كمرشدين لهم .

٥ — ان قادة الرأى هؤلاء يتميزون بالتعرض المكثف لأجهزة الاعـلام وبالعلاقات الواسـعة ولديهم ثقـة بالنفس باعتبـارهم قادة ومؤثرين على الاخرين وينسب اليهم دور المصـدر او المرشد .

وباختصـار فطبقا لهذا النموذج ، فان اجهزة الأعلام لا تعمل فى فراغ اجتمـاعى ولكنهـا تعمل داخل شبكة معقدة جدا من العلاقات الاجتمـاعية وتشترك مع مصـادر أخرى فى نقـل المعـارف والمعلومات الى الجمـاهير الصغيرة من الشعب .

ومع وجاهة الافكار الجديدة التى يحملها هذا النموذج والتى كانت تعد كما اشرنا — انذاك بمثابة تطويرا مهمـا لبحوث الاتصال الجماهيرى ، الا ان ثمة بعض الانتقادات التى وجهت الى هـذا القصور وتتحدد فيما يلى :

أ — قد يكون هنـاك اكثر من مرحلتين فى عملية تنـاقل المعلومات من اجهزة الاعلام الى الجمـاهير . فقد تصـل المعلومات أولا الى بعض الافراد ومن هؤلاء الى الذين يدخلون فى دائرتهم الاجتماعيةثم الى الافراد الأكثر انعزالا واقل ارتباطا بهم .

٢ — ان مفهوم قادة الرأى ، يمكن أن يكـون مضـللا ما دام لا يعنى هؤلاء الذين تصدر منهم فعلا الافكـار .

---

(1) Illiya Harik, Polttieal Mobilization of Peasant Astady of an Egyptian Community, Indiana University Press, London 1971, PP. 147-148.

٣ — قد يحدث التاثير مباشرة من اجهزة الاعلام على الافراد المتعرضين لهذه الأجهزة ، وانه ليس من الضرورى أن تتخللها مرحلة قادة الرأى(١) .

٤ — يفترض النموذج موقفا تصبح بمقتضاه اجهزة الاعلام هى المصدر الوحيد للأفكـــار والمعلومات فى حين أن قنوات اجهزة الاعلام قد لا تكون المصدر الرئيسى للملومات المقاتلة (حيث قد توفر هـــذه المعلومات مصـــادر أخرى مثل المؤسسات المحلية وخبراء التغيير ... الخ) .

٥ — اذا كان النموذج بمـــا يتضمنه من أفكـــار اساســـية يعد ملائمـــا لظروف وواقع المجتمعـــات المتقـــدمة ، فانه فى المجتمعـــات الأقل تقـــدما يفتقد وجاهته حيث يقل انتشـــار اجهزة الاعلام فى العديد من مناطق هـــذه المجتمعات فضلا عن ما يعترى هذه المجتمعات من ازمات وعدم استقرار .

٦ — النموذج يحدد فقط فئتين القادة والاتباع ، ويتجاهل فئة ثالثة من الناس وهم هؤلاء الذين لا يتعرضون لأجهزة الاعلام ولا يتناقشون مع هـــؤلاء الذين يتعرضون لها اى هؤلاء الأفراد غـــير المشتركين فى دائرة الأفكـــار ، والأفراد غير القادة ليسوا بالضرورة اتباع . وقد اوضح النموذج أن قـــادة الرأى متلقين أيضـــا للمعلومات(٢) .

٧ — نموذج الاعتمـــاد المتبادل :

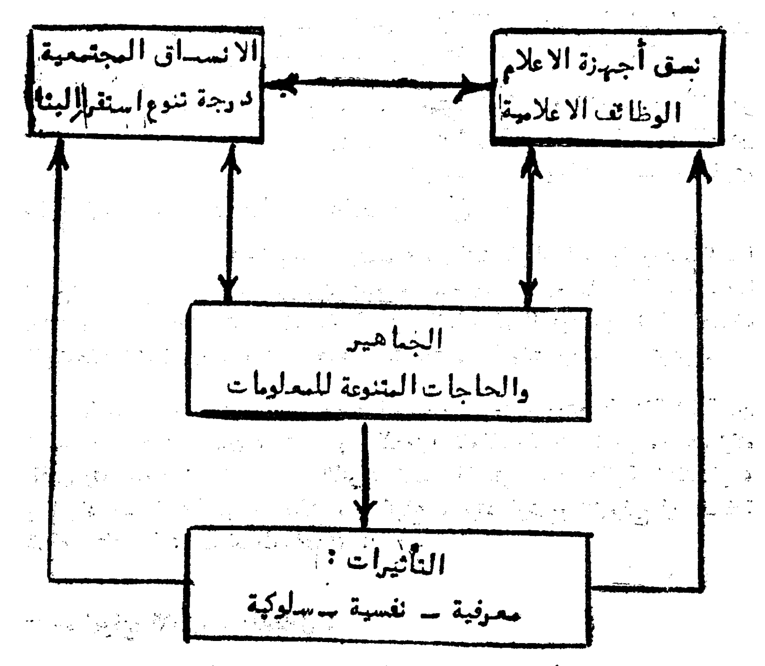
يركز نموذج الاعتماد المتبادل ، الذى وضعه « بول روكتش وديفلير » (B. Rokeach & Defleur) عـــام ١٩٧٦ ، على الظروف البنائية فى المجتمع والتى تتحكم فى درجة التاثيرات التى تحدثها اجهزة الاعـــلام . وفى هذا النموذج ينظر الى اجهزة الأعلام بوصـــفها أنســـاق للمعلومات (Information systems) تعمل اساسا فى ظل عمليات : استقرار وتغيير وصراع ، على المستوى المجتمعى والجماعة الفرعية والفرد ويوضح الشـــكل التـــالى الأفكـــار الرئيســـية للنموذج(٣) .

---

(١) شاهيناز طلعت ، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية ، القـــاهرة مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٠ ص ٣٨ .

(٢) Denis McQuail, Op. Cit., P. 51.

(٣) Ball-Rokeach, & Defleur, M., «A dependency Model of Mass Media effects», Communication Research, 3, PP. 3 — 21.



(نموذج الاعتماد المتبادل لبول روكتش وديفلير)

والفكرة الأساسية التى يعبر عنها النموذج تتمثل فى أن افراد الجمهور فى المجتمعات الحديثة يتجهون للاعتماد على المعلومات التى تبثها اجهزة الاعلام لتكوين معارفهم وتوجهاتهم ازاء ما يحدث فى مجتمعهم الخاص . ويتوقف نوع وحجم هذا الاعتماد على طبيعة الاوضاع والظروف البنائية السائدة فى المجتمع وبدرجة اساسية على مدى تعرض المجتمع للتغيير ، والاستقرار ، والصراع ، وكذلك الوظائف الاعلامية التى تمارسها اجهزة الاعلام فى الواقع الفعلى .

وعلى ضوء ذلك تتحدد التأثيرات التى تحدث والتى قد تتضمن :

١ — تأثيرات معرفية مثل : خلق او ازالة الغموض ، بلورة الاتجاهات تحديد الأولويات ، تعميق انساق المعتقدات ، تطوير القيم .

٢ — مؤثرات نفسية او ايحائية مثل : خلق الخوف ، القلق ، تزايد او تناقص الروح المعنوية (الاغتراب) .

٣ — مؤثرات سلوكية مثل تنشيط او تهدئة اثارة القضايا او حلولها ، تقديم اساليب العمل والتصرف فى المواقف المختلفة ، احداث السلوك الخيرى ... الخ .

ومن المفيد فى تفسير النموذج ، أن نوضح ان العناصر الثلاثة الأساسية : الجمهور ، اجهزة الاعلام ، النسق الاجتماعى ، تعمل فى علاقة متداخلة واعتماد متبادل على الرغم من اختلاف طبيعة هذه العلاقة من مجتمع الى آخر ، كما ان كل عنصر يمكن ان يختلف ايضا فى طريقة احداثه للتأثير .

فالنسق الاجتماعى ، يختلف فى تأثيراته طبقا لدرجته من حيث الاستقرار فقد يكون مستقرا تماما ، ولكنه يمر ببعض الأزمات المؤقتة . أو كما هو الحال فى بعض المجتمعات النامية قد يكون خاضعا لظروف التغيير السريع ، وقد يكون النسق الاجتماعى مستقرا ولكنه يشهد تحد جوهرى فى شرعيته ووجوده وفى ظل تلك الظروف ، من المتوقع أن تظهر أهداف جديدة ، وتتحدد اتجاهات وتتدعم قيم قديمة أو حديثة . ويؤدى ذلك الى تنشيط عمليات طرح واستقبال المعلومات .

كذلك ، فان علاقة أفراد الجمهور بالنسق الاجتماعى سوف تختلف باختلاف التغيرات فى الظروف الاجتماعية ، ففى ظل عمليات التغيير فان بعض الجماعات سوف تحصل على مكاسب معينة وجماعات أخرى سوف تخسر بعض مراكزها . ومن المؤكد أن اعتماد الأفراد على اجهزة الاعلام كمصدر للمعلومات سوف يختلف ايضا فجماعة الصفوة مثلا سوف تسعى للسيطرة على هذه الأجهزة وتوجيه عملياتها لتدعيم مصالحها وتصبح هذه الجماعة اقل اعتمادا على اجهزة الاعلام واكثر اتصالا بالمصادر الاخرى الاكثر تأثيرا ودراية بالمعلومات . فى حين تتجه الجماهير من غير الصفوة للاعتماد على اجهزة الاعلام لتزويدها بالمعلومات الضرورية أو على المصادر الشخصية من ذوى المعلومات الأقل اهمية .

كما أن اجهزة الاعلام سوف تختلف فى مدى تنوعها وقدراتها ومدى الثقة بها ففى اطار بعض الظروف أو فى بعض المجتمعات،فان أجهزة الاعلام قد تصبح اكثر اهمية فى تقديم المعلومات السياسية والاجتماعية من مجتمعات أخرى . كما أن هناك تنوع وتباين فى طبيعة الوظائف التى تقوم بها أجهزة الاعلام فى المجتمعات المختلفة .

وبصفة عامة يتميز نموذج الاعتماد المتبادل بعدد من الخصائص يمكن بلورتها على النحو التالى[١] .

---

(١) Denis McQuail & Sven Windahl, Op. Cit., P. 67.

١ — ان النموذج يفتح مجالا واسعا لاحتمالات التأثير وبذلك تحاشى الباحثان اتخاذ موقف محدد حول مدى تأثير أو عدم تأثير اجهزة الاعلام فى المجتمع ، فهو يقرر فقط ان ثمة احتمال للتأثير ، وان هذا التأثير يعتمد على مجموعة متباينة من الظروف التى تجتمع فى موقف معين .

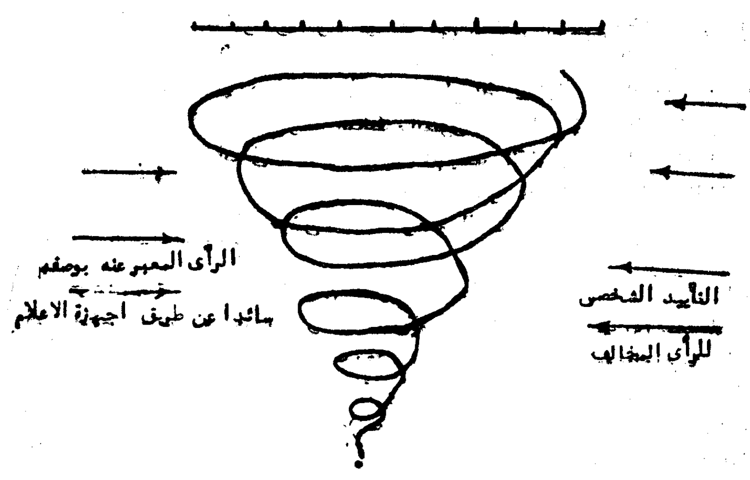
٢ — ان النموذج يوجه الاهتمام الى الاوضاع البنائية والظروف التاريخية للمجتمع اكثر من المتغيرات الفردية او الشخصية فى تحديد تأثيرات اجهزة الاعلام .

٣ — يؤكد النموذج على حقيقة ان التأثيرات متبادلة فاجهزة الاعلام تؤثر على النسق الاجتماعى ، كما ان النسق الاجتماعى يؤثر على اجهزة الاعلام . وهكذا ، فقد يؤدى ممارسة اجهزة الاعلام لدورها الى المطالبة بتغيير او اصلاح وضعية اجهزة الاعلام فى المجتمع وتحديد دورها .

وأيا كانت الافكار التى يقدمها النموذج ، فان ما يضعف فاعليته ، فى تقديرنا ، هو مبالغة النموذج فى تفرد واستقلال العناصر المختلفة لعملية الاتصال وبالذات استقلال نسق اجهزة الاعلام عن النسق الاجتماعى ، حيث يبدو أن الأول يفهم باعتباره مصدرا طبيعيا غير سياسى قادر على تلبية أية احتياجات يمكن أن تظهر لدى أفراد الجمهور ، أو المجتمع . فى حين ان اجهزة الاعلام ترتبط بصورة قوية أو هى تخضع فى ممارستها لوظائفها للقوى المسيطرة فى المجتمع .

٨ — نموذج فرض الصمت : (The Spiral of silence's Model)

يناقش هذا النموذج الذى قدمته باحثة علم الاجتماع الالمانية اليزابيث نويل نيومان (Elisabeth Noelle Neumann) اسلوب تشكيل الرأى العام وقد سعت اليزابيث الى تقديم اجابة عن هذا السؤال تتلخص فى التفاعل المستمر بين الاتصال الجماهيرى والاتصال الشخصى ، وادراك الفرد لرأيه الخاص فى علاقته بالآراء الأخرى فى المجتمع . ويصور الشكل التالى الافكار الأساسية لنموذج فرض الصمت :



(كلما قل التاييد للراى المخالف ادى الى حدوث الصمت)

ويستند النموذج فى اساسه على الفكرة التى طرحها عالم النفس الاجتماعى « البورت » عام ١٩٣٧ ومؤداها : ان راى الفرد الخاص يعتمد الى حد كبير على ما يعتقده الآخرون او بالتحديد على ما يدركه المرء انه راى الآخرين .

والمنطق فى ذلك هو ان معظم الافراد يميلون الى تلافى العزلة او عدم التفرد فى المواقف والمعتقدات ، ولذلك فان المرء يراقب بيئته الخاصة لكى يعرف اى وجهات النظر هي السائدة او التي تحظى بالقبول والقوة وايها اقل انتشارا او افولا . فاذا ايقن المرء بان وجهة نظره تقع فى الفئة الاخيرة فانه سوف يكون اقل ميلا للتعبير عنها لسبب بسيط هو الخوف من العزلة .

ووفقا لآراء صاحبة النموذج ، فان الراى السائد او المنتشر يتكون على النحو التالى(١) :

كلما تزايد ادراك الافراد للاتجاهات القائمة ، فانهم يسعون الى تكييف وجهات نظرهم طبقا لها ويؤدى ذلك الى تزايد ظهور الراى المرتبط بها ويظل يتزايد الراى حتى يسود . بينما يميل الراى المخالف الى الافول والتوارى ، وهكذا ، فان اتجاه الفرد للجهر براى معين وكتم الآخر يصبح بداية لعملية حلزونية التى تتشكل باطراد رايا يصبح هو السائد .

(١) انظر فى ذلك :
E., N., Neumann, The Spiral of Silence, a theory of Public opinion, Journal of Communication, 24 PP. 43 — 51.

بيد أن ادراك الفرد ومعارفه ليست هى العنصر الوحيــد الذى يعمــل هنــا ، وانمــا تعــد أجهزة الاعلام عنصر آخر ، حيث غالبــا ما تلعب هذه الاجهزة الدور الاساسى فى تحديد وجهــة النظر الســائدة . كذلك فان عنصرا ثالثا يؤثر فى العملية ، وهو درجة التأييد والقبول من الناس فى البيئة للراى حيث يظل الفرد محتفظا برأيه فى نفســه طالمــا لم يظهر الآخرون اهتماما بهذا الراى وكذلك أجهزة الاعــلام . ويؤدى نقص التأييد المعبر عن رؤى الشخص الخاص فى الاتصال الشخصى الى فرض الصمت وعدم التعبير عن الراى .

وقد سعت صاحبة النموذج لتأكيد صــحة افتراضاتها هذه بالاشــارة الى التغيرات التى حدثت بمرور الوقت فى مجــالات عــديدة للراى العــام فى جمهورية المانيا الاتحادية . وخلصت بعد ذلك الى وجود علاقة قوية بين مدركات الراى الغالب وتعبيرات الراى الشخصى والمؤشر هنا للراى الغالب هو آراء الكتاب والصحفيين ورجال الاعلام . حيث تقوم أجهزة الاعلام من خــلال هؤلاء الأفراد بصــياغة تصــورات الراى الســائد ومن ثم تؤثر على الآراء الفردية بالطريقة التى يفترضها النموذج .

ويبدو واضحا أن الأفكار التى عبر عنها النمــوذج ، وان كانت ليست جديدة فى حد ذاتها الا أنها قدمت بطريقة جــديدة ، وتشــير الى الانتشــار الواسع لأجهزة الاعلام ودورها كمصــدر للمعلومات وترويج الافكار وحقيقة التفاعل الذى يتم فى الواقع بين الاتصــال الجماهيرى والشخصى .

بيد أن النموذج يتجاهل الحالات التى يفشل خلالها العديد من الأفراد فى توصيل الآراء الخاصة الى بعضهم البعض ويتملكهم الشعور بأنهم ينتمون الى الأقلية المخالفة ، وفى أحيان كثيرة فان الأغلبية ربما تقبل بصورة غير علنية وجهة نظر الاقلية ، كمــا أن الاقلية القوية ذات الصوت العالى قد تتمكن من فرض اجماع زائف أو ما يمكن أن نطلق عليــه صمت الاغلبيــة
(Silent of Magority)

كذلك ، فان النموذج بصورته الحلزونية ، يثير تساؤلا حول مدى تعبــير الحلزونية عن تغير الاتجاه . فالراى المنحرف أو المقيد أو غير السائد يمكن فى ظل ظروف أفضــل أن يعاود الظهور والانتشار بسرعة غير متوقعة . كما أن الأمر الأكثر اهمية والذى يتجاهله النموذج يتحدد فى مدى انسجام مضمون اجهزة الاعلام المختلفة حول موضــوعات الراى المفترض ســـيادته . ويتطلب ذلك تحليلات مركزة حول مضمون أجهزة الاعلام للتعرف على ما اذا كانت تتعامل بصــورة ملائمة ومتكاملة مع المشــكلة موضوع الراى . واذا كانت عمليــة تشكيل الراى التى يصورها النموذج تحدث غالبــا بصــورة مؤكدة وثابتــة تحت ظروف ومستويات معينة الا أن مدى حدوثها ما زال غير معروف .

ثانيــا : دراسة عملية الاتصال (رؤية محلية) :

اشرنا من قبل الى ندرة محاولات التنظير المحلى لفهم ودراســة عمليــة الاتصال فى المجتمعات العربية(*) . وان عدم توافر قاعدة البيــانات او بحوث ميدانية جادة ومتكاملة ، يجعل اى محاولة من جانب الباحث للدخول فى هــذا المجال امرا بالغ الصعوبة والتعقيــد . ومع ذلك فان ما توافر لدى الباحث من خبرة بحثية امتدت لأكثر من عشر سنوات حتى الآن من العمل بالمركز القومى للبحوث الاجتمــاعية والجنائية ، واشتراكه فى اجراء العديد من الدراسات الميدانية سواء بمفرده او فى اطار جماعى حول عملية الاتصال ، يمكن ان يوفر بداية طيبة للاجتهاد فى تقديم رؤية محلية تتيح فهما افضل لعملية الاتصــال فى المجتمع المصرى وتفتح الطريق لاسهامات اخرى جادة فى هذا المجال .

وقبل ان نبدأ فى بيــان معالم هذه الرؤية ، وتحديد العنــاصر الاساسية الفاعلية فى عملية الاتصال ، ينبغى ان نوضح او لعله قد اتضح من العــرض السابق للنماذج والتصورات السابقة ، اننا أمام عملية بالغة التعقيد والتشابك تتداخل فيهــا عناصر ومتغيرات عديدة ، يصعب على الاقل من الناحية النظرية حصرها وابرازها فى نموذج نظرى شــامل ، وتزداد هــذه الصعوبة ، على ضوء غموض الواقع الاجتماعى وشدة تناقضه فى المجتمعات العربية وحتى اذا أمكن حصر هذه المتغيرات ، فان هــذا النموذج سوف يتحــول الى صــورة يصعب قراءاتها . ويفقد بالتالى اهم وظائف النماذج وهى التحديد والتبسيط . وبالتــالى ، ليس لأحد ان يتوقع من الباحث هنــا التوصل الى نموذج عــام ومحدد يفسر عمليــة الاتصال فى المجتمع ، ويتضمن كل العمليات الرئيســية والفرعية المؤثرة فى هذه العملية من خلال وجهة نظر واحدة . وانما المتوقع هو اظهار العناصر الاساسية فى العملية ومايوجد بين هذه العناصر من علاقات .

لقد تلاحظ وجود قصــور فى العديد من النمــاذج النظرية الموجودة فى التراث ، وعدم وجود تطابق بين كثير منها وما يحدث فى الواقع الفعلى لعملية الاتصــال وبالذات الجماهيرية منها ، فمن ناحية اتجهت معظم هذه النماذج الى التبســيط الشديد للعملية واختزالها بصورة مخــلة رغم ما يحيط بهــا من تعقيــد . فالجمهور ليس مجموعة سلبية من المتلقين ، كمــا انه ليس كلا متجانسا ، وان القائم بالاتصال ليس فرادا وانما مؤسسة لها ميكانزماتها وظروفها ، ومن ناحية اخرى تجاهلت غالبية هذه النماذج السياق الذى يعمل فيه الاتصــال وتأثيره فى توجيه العملية الاتصالية وتحديد نتائجها .

كذلك ، اغفلت هذه النماذج التعرض لأثر البعد الدولى فى عملية الاتصال

(*) تفهم عملية الاتصال هنــا بنمطيها الشخصى والجماهيرى ، لاقتناع لدى الباحث باهمية التكامل بين النمطين واســتحالة فهم احداها بعيــدا عن الآخر .

فلا يوجد — على حد علمى — نموذج نظرى واحد من نماذج الاتصال اهتم حتى الآن بهذا الجانب على أهميته سواء فى اطار الواقع الحالى أو ما يستجد مستقبلا من تطورات تكنولوجية جديدة فى مجال الاتصال الدولى والبث المباشر عبر الأقمار الصناعية الى المجتمعات المختلفة . كما لم تهتم هذه النماذج — فى غالبيتها — ببحث مستويات التأثير المقصودة وأنماطها ، وكذا الوحدات الواقع عليها التأثير سواء كانت هذه الوحدات أفرادا أم مؤسسات أم نظما اجتماعية ... الخ . كما لم تهتم هذه النماذج بعملية رد الفعل على اهميتها وبالذات فى الاتصال الجماهيرى ، وفهمت هذه النماذج العملية على انها علاقة خطية تتجه من الجمهور الى القائم بالاتصال . مع ان الواقع يشير الى ان الجانب الأكبر من هذه العملية يأتى من جانب القائم بالاتصال نفسه وليس من قبل الجمهور . وذلك من خلال الابحاث الميدانية واحتكاكات وملاحظات القائم بالاتصال وفضلا عن ذلك ، مالت النماذج الى الفصل بين عمليات الاتصال الجماهيرى والشخصى ، وفضل كل نموذج وصف مكونات كل عملية على حدة ، فى حين أن التكامل بين النمطين فى الواقع الفعلى ، أمر وارد(١) . بل ان جانبا كبيرا من مضامين أجهزة الاعلام يتم ترويجها ونقلها عبر أساليب الاتصال الشخصى وبالذات فى المجتمعات الريفية حيث تقوم أجهزة الاعلام بتغذية وتدعيم أنماط الاتصال الشخصى التى تلعب الدور الأساسى فى هذه المجتمعات(٢) .

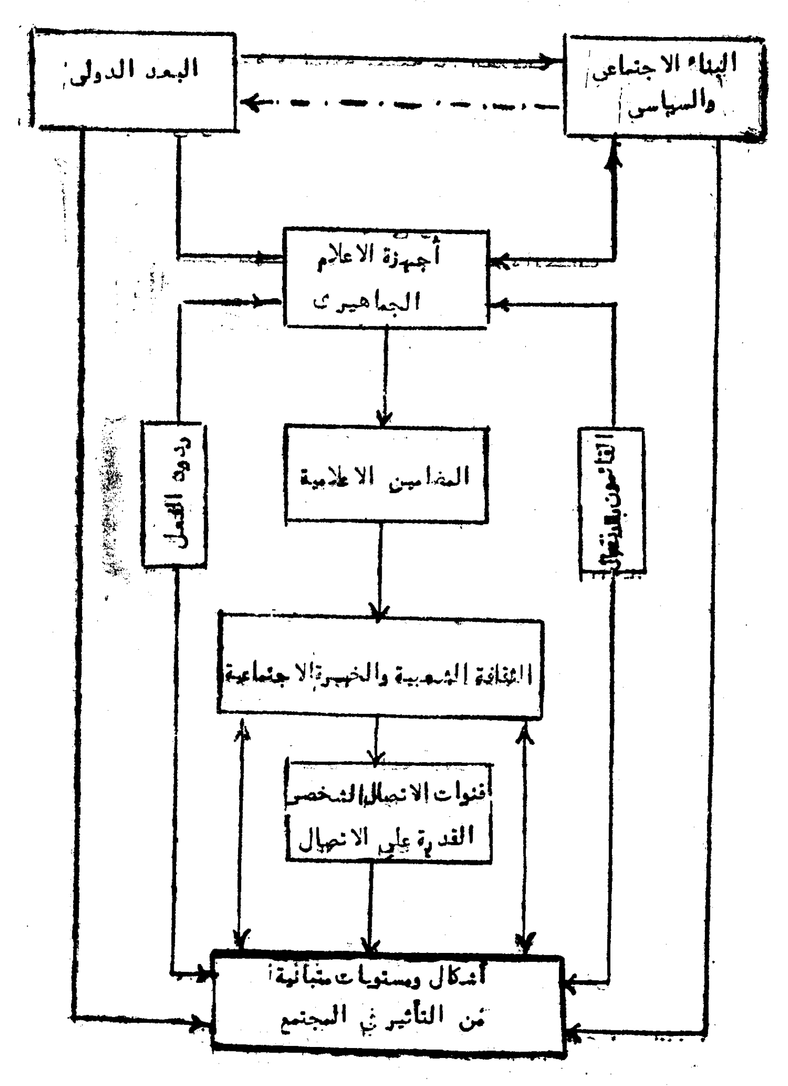
وانطلاقا مما تقدم ، فان عناصر النموذج الذى نقدمه هنا لفهم عمليات الاتصال تمثل العناصر الأساسية لأى عملية اتصال فى أى مجتمع بشرى بيد أن هذه العناصر ينبغى الا ينظر اليها بصورة منعزلة او منفصلة عن بعضها البعض ، وانما هى فى عملية تفاعل مستمرة وحركة دائبة ، تعبر عن العملية الدينامية التى تربط بين كل منها وبعبارة أخرى لا تشير عناصر النموذج المقترح الى علاقات تفاعل نمطية رتيبة تربط بين وحداته ، وانما الى حركة دينامية متغيرة تعكس الأوضاع السائدة فى كل مجتمع وما يموج به الواقع فى كل مجتمع من متغيرات ويلعب فى اطارها أحد العناصر دورا مسيطرا على العناصر الأخرى ، وفقا للظروف السائدة فى كل مجتمع ، وطبيعة المرحلة التاريخية التى يمر بها . وبالتالى ، فان محاولة النظر الى النموذج فى اطار العلاقات السببية ، أو تحديد متغيرات مستقلة وأخرى تابعة سوف يوقعنا فى أسر النظرة الأحادية أو الجزئية . ومن ثم فان أفضل أسلوب للنظر الى عناصر هذا النموذج تكون فى شكل عناصر متكاملة يعتمد كل منها على وجود الآخر . ويظهر الشكل التالى عناصر النموذج المقترح :

---

(١) انظر) على سبيل المثال نتائج بحث الدراسة التالية :

عبد الفتاح عبد النبى ، الاعلام وهجرة المصريين ، دراسة فى الدور التنموى . للاعلام ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٨٩ .

(٢) المرجع السابق ، ص ٢٨١ .



(العناصر الاساسية لعمليــات الاتصال فى المجتمع)

ويظهر النموذج أن أجهزة الاعلام الجماهيرى لا تعمل فى فراغ اجتماعى ، وانما تدخل هذه الأجهزة مع بقية النظم والمؤسسات الاجتماعية الاخرى القائمة فى المجتمع فى شبكة محكمة من العلاقات التبادلية فيما بينها . فمن ناحية تخضع هذه الأجهزة فى ادائها لوظائفها وفى كافة عملياتها لطبيعة البناء الاجتماعى والسياسى السائد فى هذا المجتمع ، فهو الذى يحدد نمط ملكية هذه الأجهزة واساليب تنظيمها وادارتها ، ويفرض الأيديولوجية التى تعمل أجهزة الاعلام فى اطارها ويحدد الوظائف والمهام التى تؤديها فى المجتمع . ومن ناحية اخرى يمثل البناء الاجتماعى والسياسى مصدرا من مصادر المعلومات التى تستقى منها أجهزة الاعلام الوقائع والاحداث . ويؤثر بالتالى على نوعية ما يبث عبر هذه الاجهزة من معارف وأفكار .

ومن ناحية اخرى ، فان عمليات أجهزة الاعلام ، تؤثر على الانظمة الاجتماعية السياسية القائمة . وقد اوضح « باى »(Pye) أن أجهزة الاعلام تزود الأفراد بالمعلومات السياسية وبجوهر السياسات القائمة . ومن خلالها يمكن تقويم الانشطة السياسية او الاطار الذى ينبغى أن يربط الحكام بالمحكمين فى النظام السياسى الديمقراطى(١) . وقد اظهرت الابحاث الميدانية ، أن أجهزة الاعلام تسهم فى بلورة الرأى العام وفى توفير قاعدة اساسية لنظام المشاركة السياسية او ما يطلق عليه المشاركة الشعبية فى الشئون العامة لمجتمعاتهم عن طريق ابداء الآراء حول القضايا المختلفة التى قد لا يهتم بها الأفراد فى حالة المجتمعات التقليدية او المنعزلة وبحصول الأفراد على المعلومات الضرورية حول القضايا والموضوعات المختلفة التى تمس مجتمعهم وعن طريق ابداء الآراء والتعبير عن هذه القضايا ، فان الفرد يصبح طرفا فى شبكة الاتصال القائمة .

وهكذا ، توجد علاقة تأثير وتأثر بين أجهزة الاعلام من ناحية والانظمة الاجتماعية والسياسية القائمة فى المجتمع من ناحية اخرى ، وان هذه العلاقة ينبغى أخذها فى الاعتبار عند فهم عمليات أجهزة الاعلام او تحديد دورها فى المجتمع وموقفها ازاء المشكلات المختلفة .

على أن ما يدور داخل المؤسسات الاعلامية ذاتها ، هو الاكثر اهمية فى العملية كلها . حيث من الواضح انقدرة أجهزة الاعلام على تحقيق اتصال فعال يتوقف على ما يدور داخل هذه المؤسسات . وما تفرضه من قيود وقواعد تنظيمية وبيروقراطية وكذلك ما تفرضه متطلبات العمل والانتاج الجماهيرى من ضغوط السرعة والمنافسة والبعد عن التكرار والاخراج ، والمساحة ، والامكانيات المادية ... الخ . وهى ضغوط تفرض على العمل

---

(١) Lucion Pye, Communication and Political Development Prin centon, Princeton University Press, 1963, P. 3.

داخل المؤسسات الاعلامية وتؤثر بالتالى على مخرجات هذه المؤسسات وتشكيل هذه المخرجات بصورة معينة .

وقد اشار اليوت (Elliot) الى تاثير اساليب العمل داخل المؤسسات الاعلامية على مضمون ما يذاع أو ينشر من مواد اعلامية ، حينما تحدث عن الطبيعة المحدودة جدا للمجال الذى تستمد منه مصدر المعلومة التى تذاع عبر أجهزة الاعلام ، فهى محدودة أو مقصورة على أفكار فريق العمل ، وما يتوفر لديهم من اتصالات شخصية ، والمعرفة الملائمة بالموضوع ، وما يرد على وكالات الانباء ، واكد « اليوت » أن المضمون فى النهاية غالبا ما يخضع لاشكال العرض ومتطلباته ، وجذب اهتمام الجمهور اكثر من رغبة نقل اى شىء ذى معنى له (١) .

ولعل ذلك ينقلنا مباشرة الى دور القائمين بالاتصال الجماهيرى والذين يعملون داخل المؤسسة الاعلامية وهؤلاء الافراد كما هو واضح فى النموذج يمثلون حلقة الوصل بين المؤسسات الاعلامية والمجتمع . فمن ناحية ، يرتبط هؤلاء بالمجتمع باعتبارهم اعضاء يعيشون فيه ويستمدون منه انتماءاتهم واصولهم الاجتماعية ، وقد قام المجتمع بتاهيلهم وتقديمهم للعمل داخل المؤسسات الاعلامية . ومن ناحية اخرى تضع المؤسسات الاعلامية قواعد وشروط توظيف هؤلاء الأفراد بها وذلك على ضوء بعض الاعتبارات كالمؤهلات المهنية والمكانة الاجتماعية ... الخ . وتكمن اهمية فهم دور القائمين بالاتصال الجماهيرى وتاثيرهم فى عملية الاتصال فى جانبين الأول : تاثيرهم على اساليب العمل داخل المؤسسة الاعلامية ، وفى عملية انتاج المواد الاعلامية ، والثانى : تاثيرهم على المجتمع والجمهور وذلك على ضوء فهم الجمهور لما يتمتعون به من خصائص كالمكانة الاجتماعية والخبر الوظيفية والمصداقية ... الخ .

على أن ما نود ان نلفت النظر اليه ، وتؤكده المعطيات الميدانية(٢) أن هؤلاء الأفراد (القائمون بالاتصال) كثيرا ما لا يكونون بفعل الأهداف والادوار المتباينة والضغوط التى يعملون فى اطارها فى حالة اتصال حقيقى مع الجمهور ، كما تصورهم النماذج عادة ، وحينما يكونون فى حالة اتصال ، فان توجههم يكون غالبا نحو جمهور خاص ومحدود للغاية ويقتصر فى معظم الأحوال على رؤساء العمل وزملاء المهنة أو المسئولين فى الاجهزة

---

(١) Denis McQuail, Towards A Sociology of Mass Communication Collier Macmillan London, 1980 P. 184.

(٢) انظر المرجع التالى :

عبد الفتاح عبد النبى ، سسيولوجيا الخبر الصحفى ، دراسة فى انتقاء ونشر الاخبار القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ ص ٢٢٥ .

التنفيذية الذين يستقون منهم المعلومات . واذا سلمنا بذلك ، فان ثمة احتمال بألا يكون هؤلاء مهتمين بالسعى للتأثير فى الجمهور العام او المقصود كما قد لا يكون لديهم تصور محدد عن الجمهور الذى يتوجهون اليه ، مما يضعف من فاعلية الاتصال .

ويخرج المضمون الاعلامى من الوسائل الاعلامية الى الجماهير ، على ان هذه الجماهير المتعددة والمتنوعة المصالح والاهتمامات ، تتلقى هذه المضامين فى اطار ثقافة شعبية معينة ونقصد بالثقافة الشعبية مجموعة الافكار البسيطة التى تنتشر بين عامة الشعب وتعبر عن النفسية الاجتماعية لرجل الشارع ومشاعر واحاسيس واساليب تفكير الناس وتعكس ظروف حياتهم ونمط تفاعلاتهم اليومية مع بعضهم البعض ومع البيئة .

وتشكل الثقافة الشعبية بهذا الفهم ، الصورة النمطية (Stereotype) التى تتلقى وتفسر الجماهير على ضوئها المضامين الاعلامية ويقومون بتقويمها بصورة ذاتية وانفعالية وفقا لتصوراتهم وتوقعاتهم واهتماماتهم واحتياجاتهم ، وتلعب هنا الخبرة الاجتماعية للفرد وسماته الشخصية والاجتماعية الدور الاساسى فى تحديد امكانياته فى التعرض للمضامين الاعلامية وفى درجة تأثره بهذه المضامين بصورة مباشرة .

وكما هو واضح من النموذج ، فان المضمون الاعلامى ، قد يصل مباشرة الى الافراد فى المجتمع او يمر عبر قنوات الاتصال الشخصى التى تلعب دورا بالغ الاهمية — كما يصور النموذج — فى نقل المضامين الاعلامية وفى تدعيم او اعاقة نشر هذه المضامين وتحديد كفاءتها التأثيرية . وقد اتضح هذا الدور من خلال دراسات عديدة منها على سبيل المثال ، الدراسة التى اجراها « بول نيوراث » على برامج الراديو فى قرية هندية . فقد وجد «نيوراث» انه فى المواقف الضابطة حيث كان المستمعون اشخاصا فى وضع عادى لم تمارس هذه البرامج اى تأثير ولكن حينما نظمت جماعات الاستماع واديرت مناقشات حول البرامج بعد اذاعتها مباشرة احدثت هذه البرامج تأثيرا كبيرا واتبع اغلب المستمعين الاقتراحات التى قدمتها[1] .

ويذهب البعض الى ان عضوية الجماعات الصغيرة الاولية كالأسرة ، والدائرة الحميمة من الاصدقاء ، أقوى تأثيرا فى تقرير قيم الفرد واتجاهاته وسلوكه من اى تأثيرات تقوم بها اجهزة الاعلام فيلجأ الأفراد الى هذه الاجهزة سعيا وراء ما يريدونه وليس ما تريد وسائل الاعلام أن تحدث فيهم من أثر . وللافراد فى ذلك خيار ضخم نظرا لتعدد وسائل الاعلام وكثرة

---

(١) نقلا عن محمود عودة ، اساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، مرجع سابق ، ص ١١٢ .

وعداتها . كما أن للأفراد قناعاتهم فهم يدافعون عن معتقداتهم الراسخة كما يميلون للاعتماد على قادتهم الاجتماعية ومرشديهم الخصوصيين ، وتعمل القنوات الشخصية للاعلام جنبا مع وسائل الاعلام وتقوم بتصفية الرسائل الصادرة عن هذه الوسائل ، ولما كان كل فرد محصورا فى شبكات من الاتصال الشخصى فان نجاح أى رسالة صادرة عن اجهزة الاعلام يتوقف على مدى تأييد البيئة الاجتماعية أو الشبكة أو معارضتها للرسالة(١) .

وتتأثر قنوات الاتصال الشخصى كما هو الحال فى قنوات الاتصال الجماهيرى بالعديد من المتغيرات فهى أولا : تتأثر بما يتوافر لدى الأفراد من قدرات على الاتصال والتفاعل مع بعضهم البعض وهى القدرات التى تتحدد على ضوء السمات الشخصية ، والمكانة الاجتماعية / الاقتصادية للفرد ، والدور الذى يلعبه فى الحياة العامة ، كما تفرض القيم الثقافية السائدة وطبيعة البناء الاجتماعى والسياسى التأثيرات الفاعلة أيضا على قنوات الاتصال الشخصى .

وعلى ضوء خصائص المضمون المقدم ، ونمط الثقافة الشعبية السائدة التى يتداول المضمون خلالها ، والخبرة الاجتماعية لأعضاء الجمهور وسماتهم الشخصية والاجتماعية وخصائص البناء الاجتماعى ومدى التفاعل ومساندة قنوات الاتصال الشخصى ، تتحدد أنواع ومستويات التأثير فى العملية الاتصالية. فقد تأخذ هذه التأثيرات شكل تغيير رؤى وطموحات الافراد أو زعزعة مجموعة من القيم والاتجاهات السائدة وابراز قيم أخرى أو الحد من كثافة اتجاهات معينة . وقد تأخذ التأثيرات شكل تدعيم بعض القيم والاتجاهات ، وقد يقتصر التأثير على تزويد الأفراد بالمعارف والمعلومات . وقد يمتد ليشمل تشكيل الآراء والاتجاهات وتغيير أنماط السلوك ، وحول مستوى التأثير . قد يتحدد هذا المحتوى فى الفرد أو فى الجماعات الاجتماعية أو النظم الاجتماعية أو المجتمع ككل ، وقد تأتى هذه التأثيرات آنية وعاجلة وقد تأخذ صورة تراكمية وممتدة . وكما هو واضح فى النموذج فان هذه التأثيرات تؤثر بدورها على الثقافة الشعبية والخبرة الاجتماعية للأفراد تدعيما أو تغييرا فكأن هناك علاقة جدلية بين الثقافة والاتصال ، فالثقافة الشعبية تؤثر على الطريقة التى يتعامل بها الافراد مع أجهزة الاعلام ، كما أن مضامين هذه الاجهزة ونتائج عملياتها يؤثر فى الثقافة السائدة وهكذا .

على اننا نعود فنؤكد ان التأثيرات التى تتركها عمليات الاتصال بنمطيها الشخصى والجماهيرى تظل محكومة بعوامل بالبناء الاجتماعى

---

(١) عبد العزيز شرف ، وسائل الاعلام وهندسة العادات والتقاليد ، مجلة المنهل ، العدد ٤٦٣ ، السنة ٥٤ ، المجلد ٤٩ ، مايو ١٩٨٨ ص ٢٤ .

والسياسى والثقافى ، الذى يعيش فى اطـاره الفرد ، فقـد يعجب الفرد بفكرة جرى نقلها اليه خلال العملية الاتصالية ، ولكنه لا يتمكن من ممارستها لضغوط قد يتعرض لهـا بفعل عوامل تتعلق بالامكانيات او مجموعة القيـم والمعايير والأعراف السـائدة بين الجماعات الاجتماعية التى يتعامل معها الفرد وان كان ذلك لا يمثل حكمـا عاما ، حيث ان الأمر سيختلف باختلاف نوعية الافكار والتصرفات المطروحة وايضـا باختلاف الافراد من حيث السمات الشخصية والاجتماعية ومدى التزامهم بمعايير الجمـاعة ومع ذلك وبافتراض عـدم توافر الامكانيات المـادية للفرد أو شدة ولائه لمعايير الجماعة فان الفكرة تظل كامنة لديه حتى تتهيأ له الظروف لممارستها .

ويعد قيـاس رد الفعل للرسـائل الاعلامية التى توجهها اجهزة الاعلام الى الجمهور من اهم العمليـات المؤثرة فى عمليـة الاتصال ولا تقل اهمية عن دور القائمين بالاتصـال فى العملية كمـا يصور النموذج ، فاذا كان رد الفعل فى الاتصـال الشخصى تلقائيا ومبـاشرا ويستطيع القائم بالاتصـال على ضـوء ردود افعـال المتلقى تغيير وتكييف منبهاته باستمرار مما يحقق دعمـا وفعالية اكبر لهذا النوع من الاتصـال ، فان الأمر جـد يختلف فى الاتصـال الجماهيرى فالقائمين بالاتصـال الجمـاهيرى ليسوا على اتصـال مبـاشر بالجمهور وفى اغلب الأحوال ليس لديهم معلومات كافية عنه ، كمـا أن هذا الجمهور غير متجانس ومتباعد ويعيش فى أطار ظروف وأوضاع متباينة وما لم يكيف القائمون بالاتصـال رسائلهم باستمرار وفقا لهذه المتغيرات فمن المحتمل فشـل عمليـة الاتصال برمتها .

على أن أغلب نمـاذج الاتصـال ، قد اختزل هـذه العمليـة — على اهميتها — فى مجرد خط يتجه مؤشره من الجمهـور الى القـائم بالاتصـال متجاهلين بذلك أن هذه العملية يقـوم بهـا فى الاسـاس او هى على الاقل مسئولية القائمين بالاتصـال انفسهم او المؤسسـة الاعلامية التى يعملون بهـا حيث تلعب الابحاث والمسوح والدراسات التى تقوم بهـا المؤسسـة على الجمهور دورا فى توفير بيانات حول رد فعل الجمهور لرسـائل هـذه المؤسسـة . ومن هنـا يصور النموذج هـذه العمليـة فى خط ذى مؤشر مزدوج ، حيث قد يأتى رد الفـعل من اعضـاء الجمـهور الى المؤسسـة الاعلامية او تقـوم المؤسسة بنفسـها بمهمة التعرف على رد الفعـل لدى الجمهور . وتكمن اهمية ذلك فى توجيه الانتبـاه الى ضرورة قيام المؤسسات الاعلامية — وباستمرار كمهمة اسـاسية — باجراء الدراسات والمسـوح للتعرف على خصائص جمهورها وردود افعالهم تجاه رسائلها وعدم الاكتفاء بانتظار قدوم رد فعـل الجمهور اليهـا بالطرق التقليـدية او بمبـادرة من الجمهور ذاته حتى يمكن رفع كفـاءة الاتصال .

فاذا انتقلنـا الى البعد الدولى فى النموذج ، نجد أن هذا العنصر ،

الذى تجاهلته حتى الآن معظم نمــاذج الاتصــال على خطورته يمارس دورا مباشرا ومؤثرا فى العملية الاتصــالية من خلال علاقته بثلاثة عناصر أساسيـة فى النموذج وهى : البنــاء الاجتمــاعى والسياسى والمؤسسة الاعلاميــة ، والمجتمع كأفراد ، وذلك فى اطار علاقات القوى الســائدة فى عالم اليــوم ، وممارسة الدول الكبرى والمتقدمة نفوذا متزايدا على المجتمعات الاقل تقدما . وبصــفة عامة يمكن القول أن البعد الدولى يؤثر فى عملية الاتصال من خلال اربعة ابعاد أســاسية : البعد السياسى الايديولوجى ، البعد الاقتصادى التكنولوجى ، البعد التنظيمى أو المؤسسى ، البث الاعلامى المباشر .

فمن الثابت انقسام العالم الى دول متقدمة واخرى اقل تقدما ، وان هذه الدول المتقدمة ، تحاول فى تعاملاتها مع الدول الاقل تقدما فرض توجهاتها السياسية والفكرية ، والتأثير فى نظم ومؤسسات الحكم فى المجتمع النامى ، ويبدو التأثير واضــحا فى هــذا المجــال فى تدخل هذه الدول بصورة مباشرة أو غير مبــاشرة فى تحديد طبيعة وضــعية أجهزة الاعلام وبالذات فيما يتعلق بنمط الملكيــة وأســاليب اداء أجهزة الاعــلام وتوجهاتها الأيديولوجية بحيث تتفق مع نظم وأساليب ادارة هذه الاجهزة فى الدول المتقدمة على تنوعها .

أما فيمــا يتعلق بالبعــد الاقتصادى التكنولوجى ، فاننا نجد أن السوق الراسمالية العالمية تمارس دورها فى تزويد المؤسسات الاعلامية بالوســائل التكنولوجية وادوات الاتصــال الحديثة والتى تؤثر بصورة مباشرة على كفــاءة عملية الاتصال فى المجتمع المحلى . ويرتبط البعد التنظيمى أو المؤسسى بالبعدين السابقين ، ويتمثل فى الرابطة التى تربط بين المؤســســات الاعلاميــة المحلية والمؤسسات الاعلامية العالمية ووكالات الأنباء وشركات الاعلان والاتصــال الدوليــة . وطبيعة العلاقات القائمة بينهما ، حيث تمارس المؤسسات الدولية بصفة عامة سواء بطريق مباشر أو غير مباشر دورها فى التأثير على المؤسسات الاعلامية المحلية(١) عن طريق التحكم فى تزويدها بالبيانات والمعلومات اللازمة حول الأحداث والوقائع التى تدور فى مختلف أنحاء العالم ، بل وفى كثير من الأحيــان بالمعلومات المحلية التى تعجز أجهزة الاعلام المحلية نتيجة لضــعف امكانياتها المــادية أو لسوء عمليــات التنظيم والادارة أو بفعل عمليات التقييد والتوجيه الصارمة التى تتعرض لهــا هذه الأجهزة فى العديد من بلدان العالم الثــالث .

أما البعد الرابع ، فيتمثل فى البث المباشر ، سواء من خلال الصــحف

---

(١) للوقوف على عرض مفصــل لطبيعة هذا التأثير وعلاقة التبعية التى تربط المؤسسات الاعلامية المحلية بالمؤسسات الاجنبية . انظر :

عواطف عبد الرحمن ، قضــايا التبعية الاعلامية والثقافية فى العالم الثالث ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

الاجنبيــة الوافدة أو الاذاعات الدوليــة ، أو البث التليفزيونى عبر الاقمــار الصناعية . وتؤثر هــذه المضامين على ثلاثة عنــاصر أساســية فى العملية الاتصالية ، العنصر الأول اجهزة الاعلام المحلية حيث عادة ما يستنفذ جانبــا كبيرا من جهد هذه الاجهزة فى ازالة آثار المضــامين الوافدة وبالذات غــير المرغوبة أو المناهضة لسياسة الدولة ، والعنصر الثانى ، على تنــوات الاتصال الشخصى ، حيث تتولى هذه المضامين الوافدة تغذية هــذه القنوات بالمعلومات والوقائع وبالذات تلك التى تتجاهلها قنوات الاعلام الرسمية ، المحلية ، أما العنصر الثالث فيتعلق بالجمهور حيث تترك المضــامين الاجنبية تاثيرات مباشرة على الجمهور المحلى .

ومن الجدير بالذكر ، ان فاعلية وتأثير المحاور الاربعة المتعلقة بالبعــد الدولى ، تتوقف على طبيعة نظم الحكم المحلية واســاليب الحياة الثقافية لهذه المجتمعات حيث ان المؤسســات الاعلامية فى بلدان العالم الثــالث وقنوات الاتصــال الشخصى ، وأفراد الجمهور فى هذه المجتمعــات ليســوا متلقين سلبيين للتاثيرات القادمة من قنوات الاتصــال الدولية وانمــا تلعب نظــم الحكم والخصوصية الذاتية والثقافة الشعبية دورا مهمــا فى تحــديد مــدى الدور الذى تلعبه هذه القنوات وفى عمــق تاثيرها على جمهور هذه المجتمعات وعمليــة الاتصــال بها بصــفة عامة .

الفصل الثالث

تكنولوجيا الاتصال (الماهية والتوظيف)

الفصـــل الثـــالث

تكنولوجيا الاتصـــال (المــاهية والتوظيف)

اظهر العرض الســابق لماهية الاتصــال وعمليــاته ، ان الاتصــال على اختلاف اشــكاله ومستوياته يتحقق من خلال وســيط ، هذا الوسيط يلعب دورا مهم فى عملية الاتصــال والتاثير على نتائجهــا(*) . ومهمة هــذا الفصل ، هو تسليط الضوء على هذا الوسيط التكنولوجى ، ومحاولة التعرف على ماهية تكنولوجيا الاتصــال وخصــائص هــذه التكنولوجيا ومدلولاتهــا الثقافية واسلوب توظيفهــا فى الحيــاة العامة كمدخل يساعدنا فيمــا بعد على فهم طبيعة العلاقة بين هــذه التكنولوجيا والثقافة المحلية وهو الهــدف الأســاسى من هــذا العمل .

١ ــ مفهوم تكنولوجيا الاتصــال :

يشــــير معجم اللغـــة الانجليزية (oxford dictionary) ان كلمـــة (Techni) تعنى اسلوب اداء او المهنـــة ، وان كلمة (Technology) تعنى العلم الذى يدرس تلك المهنـــة ، وترتبط كلمة تكنولوجيا فى اذهان العـــامة بالأدوات والآلات المتطورة الحديثـــة التى يبتكرها الانســـان لتدعيم قدرته على التعــــامل مع البيئـــة التى يعيش فيهــــا(١) . فالانســـان لديه قدرة على البصر لكن هــذا البصر الانســانى محدود ، فسعى الانســان الى اختراع اداة او وســيلة يســتطيع من خلالهــا أن يلاحظ بدقة الأشــياء المتناهية فى الصغر او تلك التى تقع على مسافات بعيدة ، فكــان ابتكــار ادوات الميكروسكوب والتلسكوب وغيرها ، كمــا يوجد لدى الانسان جهــاز السمــع ولكنه ايضــا محدود وقاصر فسعى الى ابتكار وسيلة تمكنه من ســماع الأصوات التى تصدر على بعد آلاف الكيلــو مترات ، فجاء اختراع الراديو والتليفزيون وغيرها ، وهكذا يشــير مصطلح التكنولوجيا الى مجمل الحيل او الطرق او الوســائل التى يستخدمها الانســان فى تلبية احتياجاته ومعالجة ما يواجهه من مشــكلات فى حياته اليومية .

(*) فى الاتصال الشخصى مثلا ، تعد اللغة ، والاشــارات ، والرموز والخطابات وشريط التسجيل ... الخ وسيط تكنولوجى لتحقيق الاتصــال كمــا تعد الصحف ، والراديو ، والتليفزيون ، والسينما والكتــاب ... الخ وسائل تستخدم فى مجــال الاتصــال الجماهيرى .

(١) ابراهيم السمان ، تعامل غير متوازن ، مجــلة العربى ، مــايو ، ١٩٨١ ص ٦٠ .

وقد شاع استخدام مفهوم التكنولوجيا فى الآونة الأخيرة فى العديد من الكتابات ، بيد أن المدقق فى هذه الكتابات — على اختلافها يلاحظ تفاوت نظرتها الى هذا المفهوم وتراوح استخدامه بين التطبيق الذى يقصر المفهوم على مجرد الطريقة أو الأداة التى يستخدمها الانسان فى عمل أو عملية ما والشمول الذى يوسع من نطاق المفهوم ليشمل مجموع الآلات والأنظمة ووسائل السيطرة والتجميع والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات ... الخ كما يلاحظ أن البعض قد يقصر اطلاق هذا المفهوم على الاختراعات والتقنيات الجديدة وبالذات المستوردة من الدول المتقدمة فى حين قد يشير مفهوم التكنولوجيا لدى البعض الآخر الى كل الاختراعات والتقنيات الحديثة والقديمة التى يستخدمها الانسان فى تلبية احتياجاته اليومية ، وبذلك ، فان المحراث اليدوى الذى يستخدمه الفلاح فى حرث الارض ، والشادوف الذى يستخدمه فى رفع المياه ورى مزروعاته ، تعد أدوات تكنولوجية تلبى للفلاح حاجته للزراعة ، وتساعده على حل المشكلات التى تواجهه فى هذا المجال مثلما هو الحال مع المحراث الآلى وماكينة الرى فالاختلاف بين الآلتين ، المحراث اليدوى والمحراث الآلى هو اختلاف فى القدرة على الأداء ، والكفاءة فى تلبية الاحتياجات ومعالجة المشكلات . كذلك ، فان قرع الطبول ، أو اشعال النار ، أو الصعود الى المآذنة للاذان او الكتابة على الحائط تعد فنون تكنولوجية تستخدم فى مجال الاتصال ونقل المعانى للاخرين تماما مثلما هو الحال مع الراديو او التليفزيون او الصحيفة ... الخ . ومع اختلاف القدرات بينهما ، الا انها جميعا تعد أدوات تكنولوجية كان وما يزال يستخدمها الانسان لتلبية رغباته فى الاتصال وتحقيق التكامل مع الآخرين .

ويفرق البعض بين التكنولوجيا والعلم فالتكنولوجيا من معرفة الوسيلة فى حين أن العلم هو معرفة العلة[1] . ويرى « سيد عويس » أن التكنولوجيا نشأت مستقلة عن العلم طوعها الانسان بالتجربة . لقد عرف الانسان مثلا تكنولوجيا التعدين كاستخلاص الحديد والنحاس والذهب وغيرها من خاماتها قبل أن يلم بالمعارف العلمية التى تستند عليها عمليات الاستخلاص . وعرف الانسان الفلاحة واختيار المحاصيل وتربية الحيوان قبل أن يلم بالمعارف العلمية عن دوره حياة النبات وعلوم الوراثة . بيد انه يرى انه مع التقدم السريع الذى أحرزته البشرية فى مجال العلوم اصبحت العلاقة بين العلم والتكنولوجيا علاقة وثيقة عطاءا واخذا ، فقد قامت مثلا تكنولوجيا الاتصال عبر الاقمار الصناعية على اساس من نتائج علوم الفضاء

---

(1) فلاح سعيد جبر ، مشاكل نقل التكنولوجيا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٩ ص ٥ .

والفلك والالكترونيات ، كما أن هذه التكنولوجيا قد زادت من قدرة هذه العلوم على ارتياد مجالات أفسح وأعمق(١) .

وفي مجال الكتابات الاعلامية كثيرا ما تظهر كلمة التكنولوجيا مقرونة بكلمة اخرى كالمعلومات او الاعلام او الاتصال ... الخ . فيقال تكنولوجيا المعلومات او تكنولوجيا الاعلام أو الاتصال ، وهى قد تشير لدى البعض الى تلك الادوات التى تستخدم فى تدعيم قدرة الانسان على نقل المعلومات وتبادلها مع الآخرين وقد يمتد المعنى لدى البعض الآخر ليشير الى النشاطات الخاصة بانتاج وتشغيل وتخزين ونقل ومعالجة ونشر المعلومات وهى العمليا تالتى تتضمن النشاطات التقليدية كالابحاث والدراسات والمكتبات والطباعة والنشر والتليفزيون والاذاعة والصحافة ، وكذا النشاطات المستحدثة كالاستشعار عن بعد والاتصالات الهاتفية والتلغرافية واجهزة الكمبيوتر وتخزين المعلومات واسترجاعها(٢) .

وايا كان الأمر ، ومع ادراكنا لأهمية دراسة تكنولوجيا الاتصال بوصفها مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والادوات والوسائل المادية والتنظيمية والادارية المستخدمة فى نقل وتبادل المعلومات بين الافراد والمجتمعات الا انه فى اطار أهداف العمل الراهن ومتطلباته فان فهمنا لتكنولوجيا الاتصال سيقتصر على أساس انها : **« الوسيط المستخدم فى نقل وتداول المعلومات والأفكار بين الافراد فى المجتمع »** .

وتكنولوجيا الاتصال بهذا المعنى قد تطورت تطورا كبيرا وتعددت أنواعها ومجالاتها حتى أصبح العالم الذى نعيش فيه فى الوقت الحاضر يتقلص ويتضاءل يوما بعد يوم وربما لحظة بعد اخرى ، وأصبحت المعلومات عن هذا العالم تكاد أن تكون متبادلة بين المجتمعات الانسانية على اختلافها وذلك بفضل ما استحدث من فتوحا تعلميية تكنولوجية فى مجال الاتصالات السلكية واللا سلكية والأقمار الصناعية وغيرها وتزايدت حدة المنافسة بين الدول الصناعية الكبرى فى مجال تطوير اجهزة الاتصال ارسالا واستقبالا وشملت هذه المنافسة اجهزة الراديو واجهزة الاستقبال التليفزيونى واجهزة الفيديو وكاميرات التصوير ، والنقل التليفزيونى وآلات الطباعة الاليكترونية والمستقبلات الهوائية وكابلات البث التليفزيونى واجهزة التقاط المعلومات والارسال

---

(١) سيد عويس ، علم الاجتماع فى المجتمعات النامية بين الاستقلال والتبعية ، فى اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢١٨ .

(٢) انطوان زحلان ، الشروط الواجب توافرها لمشاركة عربية فى التكنولوجيا المتقدمة ، ندوة التكنولوجيا المتقدمة ، منتدى الفكر العربى ، عمان ١٩٨٦ ص ٢٢ .

الاذاعى والاقمـار الصناعية كوسـيلة لتبادل الارسال والبث المباشر بين المناطق الجغرافية المختلفة

ويفيـد هنـا ان نسلط الضوء على بعض الوسائل التكنولوجية الكبيرة ، والصـغيرة المستخدمة فى مجـال الاتصـال :

(ا) تكنولوجيا الاتصال الكبيرة :

يقصد بتكنولوجيا الاتصال الكبيرة تلك الوسـائل المسـتخدمة فى نقـل المعلومات وتداولها على نطاق جماهيرى واسـع ويقف خلفها تنظيمات مؤسسية تمولها وتديرها وتوجه مضامينها او بعبارة اخرى ، هى الوسائل التى تشـكل نظام الاتصـال المركزى فى المجتمع ومن هذه الوسـائل :

١ — الصـحف :

الصحيفة مطبوع دورى يصـدر بصـفة منتظمة تحت عنوان ثابت وفى موعد محدد و يتولى هـذا الاصـدار هيئة او مؤسسة او دار نشر ، تضـم فريق من العاملين لكل منهم مهـام محددة وتحمل الصحف الرسائل فى شـكل كلمـات مطبوعة توضع فى نظـام وتسلسل خاص كمـا توضع الرسـائل فى شـكل منسـق جذاب ، وتتجه الصحف برسائلها المتنوعة التى تحملها الى هـؤلاء الافراد الذين يعرفون القراءة ، وهى بذلك ، تتطلب وجود مسـتوى ثقافى معين لدى الفرد المتلقى .

وتعد الصحف اقدم وسـائل الاتصـال الجماهيرى قاطبة حيث يعود بداية الاتصال المطبوع الى منتصف القرن الخامس عشر حينما اخترع جوتنبرج الطباعة بالحروف المتحركة (١) وظلت الصحف منذ هـذا التـاريخ فى نمـو مطرد لا تقف دونه عوائق يمدها العلم والاختراع بكل ما يدفعها قدما الى الامام بداية من تطور الطباعة الى تقدم وسـائل المواصـلات حتى بلغت مكانتهـا الحاضرة ، وما زال العلم والتكنولوجيا يزودانها بالضخامة والذيوع والانتشـار حتى غدت فى الوقت الحاضر صـناعة ضخمة متميزة لهـا اصـولها الفنيـة والادارية والتحريرية .

وتتعدد انواع الصحف فهناك الجريدة اليومية والمجـلة الاسـبوعية او الشهرية او الفصلية ، وهناك الصحف العامة والاخرى المتخصصة ، ولكل نوع من هذه الانواع ادوار معينـة فى نقل الرسائل الاعلامية(٢) . فاذا كانت

---

(١) خليل صابات ، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٦ ص ٣٦ .

(٢) حسـين فوزى النجار ، الاعلام المعاصر ، سلسلة اقرأ ، ينـاير ١٩٨٤ ، ص ١١١ .

الصحيفة اليومية تنقل الى القارىء صورة سريعة لوقائع الحياة اليومية ، فان المجلات — كل فى ميدانها — تزود القارىء بالمعارف والمعلومات والتحقيقات المتعمقة لحدث من الاحداث لا تحتمل الصحيفة اليومية الافاضة او الالمام بكل نواحيه . كما ان المجلات المتخصصة ، تزود الفرد بكل جديد فيما تتخصص فيه من العلوم والآداب والفنون .

ومع هذا التنوع فى ادوار الصحف ، فانها جميعا تنفرد عن بقية وسائل الاعلام بعدة مميزات وخصائص منها :

١ — القدرة على تقديم حزمة من المضامين المتنوعة والمسهبة ووجهات النظر المختلفة فى آن واحد .

٢ — اتاحة الفرصة أمام المتلقى للسيطرة على توقيت التعرض بالطريقة التى تناسبه لقدرة الصحيفة على الاحتفاظ بالمعلومات .

٣ — توفير عنصر المشاركة الايجابية بين المتلقى والمادة الاتصالية ، حيث تتطلب عملية القراءة نشاطا وتركيزا معينا من جانب الفرد .

٢ — الراديو :

الراديو وسيلة من وسائل الاتصال بالجماهير ،تتالف من جهازين الأول : اكثر ضخامة وتعقيدا للبث الاذاعى أو محطة ارسال عادة ما تديرها هيئة او مؤسسة حكومية ، يتم من خلال هذه المحطة تركيب الصوت البشرى او الرسائل التى يراد نقلها الى الافراد على موجات كهرومغناطيسية متنوعة التردد من حيث الطول والقصر ، وتسير هذه الموجات حاملة الرسالة الصوتية الى مسافات متباينة من الكرة الارضية وفقا لطول ترددها متخطية الحواجز والعقبات . والثانى : جهاز استقبال يحوزه الفرد يتم من خلاله تنقية الصوت البشرى من الموجة الحاملة وسماعة بصورة طبيعية . وتتعدد قنوات الارسال الاذاعى ، كما تتعدد الرسائل التى تحملها الى الافراد . ويستطيع الفرد المتلقى من خلال جهاز الاستقبال الانتقاء من بين هذه القنوات الرسائل التى يرغب فى التعرض لها تماما مثلما هو الحال فى الصحيفة .

ويستطيع الراديو بما يتميز به من خصائص من الوصول الى مختلف الجماعات الاجتماعية على تباين مواقعها ومستوياتها الاجتماعية والثقافية كما انه وسيلة تتميز بالمرونة وسهولة الاستخدام والفورية فى نقل الاحداث فى التو واللحظة ، وساعد اختراع الترانزستور على سهولة حمل الراديو ومصاحبته للفرد فى تجواله وترحاله . ويتيح استخدام المؤثرات الصوتية ، والموسيقى ، والحوار المزيد من الجاذبية والحيوية فى الرسائل التى

يقدمها الراديو(١) . وفضـــلا عن ذلك ، فان الراديو ينفرد بميزة اتاحة الفرصة للفرد للاستماع والمشـــاركة فى عملية الاتصال دون تفرغ تام ، وهو ما لا تتيحه بقيـــة وســـائل الاتصـــال الأخرى .

٣ — التليفزيون :

التليفزيون هو تطوير تكنولوجى للراديو ، حيث تستطيع أجهزة الارسال والاستقبال التليفزيونى أن تنقـــل الصـــوت والصورة معـــا والاختـــلاف بين التليفزيون والراديو هو اختلاف فى طبيعة الاهتمـــام والتركيز اثنـــاء التعرض، وفى درجة التعقيد والتكلفة التى يتطلبهـــا بالمقـــارنة بالراديو . وقد اصـــبح التليفزيون يحتل مكانة مرموقة بين أجهزة الاتصـــال الحديثـــة . وفى حيـــاة المواطن المعاصر . فقد ارتفعت هوائيـــات اجهزة التليفزيون فى كل مكان ، وأدى ظهور اجهزة اخرى مكملة له كالفيديو والشرائط المتنوعة ، وشاشـــات التكبير والهوائيـــات بموتوراتها التى توجهها لالتقاط برامج من محطات نائيـــة واقمـــار البث المباشر الى زيادة فاعلية التليفزيون كاداة من أدوات الاتصـــال الجماهيرى ، تستطيع منافسة الراديو فى المدى والبعد لتجعل من الكرة الأرضية داخل مدى الرؤية . فقـــد أصبح التليفزيون قادرا على نقل البرامج من اى بلد يرغب ، فيمكنه نقل مباراة كاس العالم فى ايطاليا الى مصر ، كمـــا يســـتطيع نقل مناقشات البرلمان السوفيتى حول سياسات الاصلاح التى يتبعها الزعيم الســـوفيتى ميخائيل جورباتشوف .

ومع ظهور تليفزيون صـــغير الحجم يعمل بالبطارية ، اصبح من اليسير أن يحمله الانســـان فى سيارته أو فى اى مكـــان يريد تماما مثلمـــا هو الحال مع الراديو والترانزستور . وجاء اختراع الفيديو — كجهاز مكمل كما اشرنا — ليضيف ميزة جديدة الى التليفزيون لا تهدد مسجلات الصوت فحسب ، ولكنها تشـــكل خطر حقيقيا على الســـينما ذاتها ، بعد ان اصبح قادرا على نقـــل ارساله الى شاشة بعرض الحائط ، كمـــا اتاح القدرة للمشاهد على تســـجيل اى برنامج ناجح يريد أن يراه فى وقت آخر غير وقت الارسال . ومع استخدام آلة ضبط الوقت يستطيع المشـــاهد ان يسجل البرنامج وهو بعيـــد عنـــه أو مستغرقا فى نومه ليراه فى الوقت الذى يناسبه .

وهكذا ، أصـــبح التليفزيون بفعل التطورات التكنولوجية الجـــديدة . ارسالا واستقبالا ، يتمتع تقريبا بكافة المميزات التى تميز بقية وسائل الاتصال الأخرى ، فهـــو وســـيلة تتميز بالواقعيـــة والاقتراب الشـــخصى والفـــورية والجاذبية والوصول الى الجماهير المتباينة . وان كان البعض ينظر اليه باعتباره وسيلة اعلام باردة ، ترفض الشخصيات والقضايا الساخنة .

---

(١) أريك بارنو ، الإتصـــال بالجمـــاهير ، ترجمـــة صـــلاح عز الدين وآخرون ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٨٠ ص ٢٤٣ .

٤ — السينما :

السينما وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرى سبقت غيرها من تكنولوجيا الاتصال السمعية والمرئية اذ ظهر اول عرض للصور المتحركة عام ١٨٩٥[١] . وتشبه السينما التليفزيون من حيث طريقة العرض والأداء ولكنها تتفوق عليه فى مجال تكبير وتوضيح الأشياء المصغرة ، على ان السينما لا يمكن ان تجارى التليفزيون فى سرعته وانتشاره فالأفراد هم الذين يذهبون الى السينما وليست هى التى تدخل عليهم فى بيوتهم . كما أن دور السينما ولو انه كبير ومؤثر الا انه لا يوازى التليفزيون . وذلك ان السينما تتطلب تكاليف اكثر بكثير لايصال نفس الرسالة التى يوصلها التليفزيون الى جمهور كبير متباعد . كما تتطلب عدد كبير من العاملين من ذوى الخبرة والكفاءة المهنية[٢] . وعليها ايضا بالذات فى ظل منافسة الفيديو أن تقدم كل ما هو جديد وثمين ومشوق .

وتنقل شاشة السينما الى المتعرض المناظر المتكاملة والواقعية ، كما يمكنها أن تقدم المعلومة والفكرة لمتعرض اكثر تهيئا نفسيا وذهنيا لها . وساعدت الابتكارات التكنولوجية الجديدة فى مجال آلات العرض السينمائى الى اتساع دور السينما فى مجال نقل المهارات والتعليم والارشاد الزراعى والتوعية وغيرها من المهام والوظائف الاتصالية الأخرى .

تكنولوجيا الاتصال الصغيرة :

يقصد بتكنولوجيا الاتصال الصغيرة ، تلك الادوات والاساليب الفنية التى تستخدم فى تدعيم كفاءة قنوات الاتصال الشخصى وتوسيع حجم ومدى هذه القنوات فى البيئة المحلية ولا يتطلب استخدامها تنظيمات مؤسسية كبيرة تديرها وتوجهها مثلما هو الحال فى تكنولوجيا الاتصال الكبيرة ولكن هى تعمل بمبادرة فردية(*) . ومع كثرة وتنوع هذه الأدوات الا اننا سنكتفى هنا بالاشارة الى بعضها وتحديدا تلك الادوات التى راج استخدامها مؤخرا فى عمليات الاتصال بالمناطق الريفية .

---

(١) خليل صابات ، نشأة وسائل الاعلام وتطورها ، مرجع سابق ، ص ٨٥ .

(٢) محمد عبد القادر احمد ، دور الاعلام فى التنمية ، منشورات وزارة الثقافة العراق ، ١٩٨٢ ص ٢٨٤ .

(*) يمكن أن يدخل فى هذا الاطار الرسوم ، والملصقات ، والاشارات والخطابات ... الخ .

١ — التليفـون : (Telephone)

التليفون ، أحـد وسائل الاتصـال الشخصى التى تتيح اجراء الحوار بين شخصين مهمـا بعدت المسـافة بينهمـا ، ومن خلال هـذا الحـوار يتم نقل وتبـادل المعلومات بينهمـا ، وتتزايد الحاجة الى التليفون فى مجال الاتصـالات الشخصـية ، حينما لا تتاح للفرد فرصة اللقاء المباشر بالشخص الآخر . اما بسبب عامل الوقت والسرعة فى نقل المعلومة او وجود الشـخص الآخر فى مكان بعيد يصعب الوصول اليه . ولا يتطلب استخدام التليفون مهـارات خاصة ، سوى التركيز من جانب طرفى الحوار على الصوت باعتباره العنصر الاساسى هنـا للتأثير وتتبع انفعـالات الشخصية ، وذلك عوضا عن الالتقـاء المبـاشر بين الطرفين .

وقد ادرك الأفراد اهميـة وجود التليفون فى حياتهم ، وتزايد الاعتمـاد عليه فى مجال الاتصـال والتفاعل مع الآخرين وبالذات بعـد تزايد ضـغوط الحياة ، وانهمـاك الفرد فى تدبير شـئون حياته اليومية ، وانحسار الوقت الذى كان يقضيه مع الأهل والاصدقاء ، ولم يعد التليفون قاصرا على سكان المدن ولكن ادخل مؤخرا وبكثافة ملحوظة الى بيوت القرويين(*) مؤديا دورا مهما كاداة تكنولوجية فى تكثيف عمليـات الاتصـال الشـخصى ونقـل وترويج المعلومات بين الأفراد .

٢ — شريط التسـجيل : (Tape recorder)

يستخدم شريط التسـجيل بكفـاءة عالية فى نقل وتبـادل المعلومات عبر قنوات الاتصال الشخصى(*) . واصـبح من المألوف بعـد انتشـار اجهزة التسـجيل (Recorders) ان يتبادل الافراد الرسائل الصوتية المسجلة مع بعضهم البعض ، وقد تزايد انتشـار هذه الأداة التكنولوجية فى المجتمع المصرى وبالذات فى المنـاطق الشعبية والريفيـة مع حقبة الانفتـاح والهجرة العمالية للخارج وكهربة الريف . حيث تشير البيانات الى أن ٥٠٪ من عينـات الفحص بالقرى والمدن تقبل على سماع اجهزة التسجيل اكثر من اية أدوات اخرى(١) .

(*) هـذا ما لفت نظرنا خلال زياراتنا الميدانية مؤخرا للعديد من القرى المصرية .

(*) لعب شريط التسجيل دورا بالغ الاهميـة فى قيـام الثورة الايرانية ضـد الشـاه ، حيث كانت شرائط التسـجيل تهرب من الخارج الى داخل ايران وهى تحمـل نداءات آية الله الخمينى من منفـاه فى باريس الى الشعب الايرانى للتمرد ضـد حكم الشاه .

(١) انظر :

تقرير المجالس القومية المتخصصـة ،الكتـاب رقـم ١٨١ ، الدورة السادسة يونيـو ١٩٨٥ ص ٢٤٨ .

وتعتبر شرائط التسجيل عنصرا مهما فى بنـاء الاتصال المحلى وتحقيق استقلاليته عن نظام الاتصال المركزى حيث يتزايد استخدامها فى الاحتفالات والمناسبات والتجمعات الشعبية . كما تعد وسيلة مهمة تلجأ اليها قنوات الاتصال الشخصى لترويج المعلومات المحظور تداولها عبر اجهزة الاتصال الجماهيرى والتخلص من سيطرة الاذاعة المركزية ، والتى عادة ما تخضع لرقابة وتوجهات السلطات الحكومية .

وتشير المشاهدات الواقعية الى ان شرائط التسجيل كثيرا ما تستخدم فى تلاوة آيات القرآن الكريم ، والاحاديث الدينية الاكثر تشددا وغيرة فى امور الدين وانتقادا لما يحدث من تجاوزات من جانب المسئولين ورجال الاعلام(*) . كما تستخدم شرائط التسجيل فى الاستماع الى الاغانى والموسيقى والمواويل الشعبية والفلكلورية التى تصادف رواجا كبيرا وبالذات لدى قطاعات كبيرة من افراد الشعب وبالذات قطاع الشباب الذين يميل غالبيتهم الى تفضيل شرائط موسيقى الرقص والاغانى الشعبية والغزلية .

٣ — مكبر الصوت : (Loudspeaker)

مكبر الصوت عبارة عنجهاز اليكترونى بسيط وظيفته تضخيم الصوت البشرى لكى يسمع على مسافة أوسع نسبيا ، وقد زاد فى السنوات الاخيرة عدد هذه المكبرات لدى الافراد . كما تعددت مجالات استخدامها فى الاحتفالات والموالد واماكن التجمعات والمساجد ولدى الباعة المتجولين ..... الخ .

ويتبدى دور مكبر الصوت كاداة اتصال بصورة واضحة فى المساجد حيث يستخدم فى رفع الآذان ، ونقل شعائر الصلاة وبالذات وقائع شعائر صلاة الجمعة وبذلك يستطيع بعض الأفراد سواء من النساء أو المرضى الذين لا نتاح لهم فرصة حضور الصلاة متابعة الاستماع الى هذه الشعائر بما فيها خطبة الامام . وقد اثيرت على صفحات الصحف مؤخرا قضية الازعاج الذى تسببه هذه المكبرات نظرا لكثرتها من ناحية وتداخل اصواتها خلال نقل الشعائر الدينية من ناحية اخرى(١) .

وايا كان الأمر ، فان مكبرات الصوت فى بعض عواصم الاقاليم والمراكز والقرى ، والموجودة فى المساجد كثيرا ما تستخدم لأغراض اخرى غير نقل

(*) راجع على سبيل المثال ، شرائط أحاديث الشيخ عبد الحميد كشك التى يكثر تداولها فى المناطق الشعبية وبين العامة من أفراد الشعب .

(١) راجع على سبيل المثال الحملة التى قادها مؤخرا يوسف ادريس على صفحات جريدة الأهرام لوقف استخدام هذه المكبرات فى نقل شعائر الصلاة من المساجد وانقسام الآراء بين مؤيد ومعارض لهذه الدعوة .

شعائر الصـــلاة ، حيث كثيرا ما يتم الاعلان من خلالها عن حالات الوفاة او فقد النقود او احد الأطفال ، أو حضور مسئول الى المنطقة ، أو صـــدور تعليمات محددة ، أو الدعوة لحضور اجتمـــاع عام أو التنبيه على الافراد للتوجه لدفع فاتورة الميـــاه او الكهرباء أو سداد الضرائب الى غيرها من امـــور الحيـــاة اليومية المرتبطة بالبيئة المحلية ، وينصت اليها الأفراد جيدا ، نظرا لارتباطها بمصـــالحهم الشخصية . وهى بذلك تعد بمثابة اذاعة محلية تقوم بدور مهم فى تزويد الأفراد بالمعلومات وتناقلها بينهم ، وتقلل من كثـــافة الاعتمـــاد على الاتصـــال الشفاهى واعطاء فرصة متســـاوية امام ابنـــاء الحى او المنطقـــة للحصول على المعلومات التى تخصـــهم فى التو واللحظة ، وهكذا تعد مكبرات الصوت عنصرا آخر مهما يساهم فى رواج المعلومات عبر قنـــوات الاتصـــال الشخصى وفى بناء الاتصال المحلى .

٤ — المطرب الشعبى :

المطرب الشعبى فرد يتميز بقوة وحلاوة الصوت وتتـــوافر لديه مهـــارة الالقـــاء وحفظ بعض الاغـــانى والقصص والمواويل والمدائح النبوية والمأثورات الشعبية . ويستدعى المطرب الشعبى مقابل اجر نقدى ، لاحياء بعض الحفلات والمناسبات الشعبية مثل الزواج ، والختـــان وعـــودة الحجـــاج من الأراضى المقدسة والموالد ... الخ حيث يقوم امام جمـــع من النـــاس الذين يجتمعوا لاحياء المناسبة بالقاء بعض الأغانى التى تتلاءم فى مضمونها مع طبيعة المناسبة بأسلوب عاطفى مؤثر يتمايل ويكبر له الحضور ، هذا الشـــكل من اشـــكال الاتصال يلعب دورا مهمـــا وبالذات فى المناطق الشعبية والريفية فى القيـــام بوظيفة التسلية والتخفيف من متاعب وضـــغوط الحياة التى يعانى منها بشدة ســـكان هذه المنـــاطق وترسيخ بعض القيم وبالذات المتعلقة منها بالصبر ، والقدرية ، والتقوى والشرف(١) .

ويســـتعين المطرب الشعبى فى اداء مهمتـــه ببعض الادوات التكنولوجية المســـاعدة مثل الربابة ، والمزمار ، والطبـــلة والرق وبعض الآلات الموسيقية الخفيفـــة وغيرها فضلا عن استخدام مكبر الصوت احيانا لمزيد من العلانية لوقائع المناسبة .

٥ — الفيـــديو كاسيت :

أشرنا من قبل ، أن الفيديو جهاز اليكترونى ، يعد مكمـــلا لجهاز الاستقبال التليفزيونى ، وما يدفعنا الى النظر اليه باعتبـــاره وسيلة تكنولوجية صـــغيرة

---

(١) كمـــا المتوفى ، وسائل الاعلام الصغيرة وحياة المصريين فى القرى ، المجـــلة الاجتماعية القومية سبتمبر ، ١٩٨٢ ص ١٤ .

هو طابعه الفردى وغير الرسمى من ناحية ومقدرته على فصل جهاز التليفزيون عن قنوات الاتصـال الجماهيرى من ناحية اخرى ، حيث يتيح الجهازان معـا بناء قنـاة اتصال مستقلة فى البيئة المحلية بعيدا عن قنوات الاتصال الرسمية .

وقد عرف العالم اجهزة الفيديو منذ أوائل الستينيات غير ان اجهزته لم تتطور ويشيع استخدامها فى المنـازل الا منذ اوائل السبعينيات ، حيث تزايد تنافس دول العالم على انتـاج الاجهزة ذات الجـودة العاليـة والسـهولة فى الاستعمـال وخفض تكاليف الانتـاج حتى أصبح هذا الجهـاز فى تنـاول الكثيرين من ذوى الدخول المحدودة .

وقد بدأ انتشـار الفيـديو فى مصر مع بداية حقبـة السـبعينيات وتزايد انتشـاره حتى اصـبح ظاهرة ملحوظة ابتـداء من عـام ١٩٨٠ ، حينما اتاحت الدخول العالية التى تمكنت من تحقيقهـا بعض الفئـات فى ظل سياسات الانفتاح والهجرة العمالية العائدة من الخارج من حيازة هذه الاجهزة التى باتت منتشرة فى المنـازل والاماكن العامة والمقاهى بالريف والمدن ويوشك انتشـارها ان يغطى جميع المنـاطق التى وصـل اليها التيـار الكهربائى فى مختلف انحاء البلاد منافسـا بذلك قنـوات الاتصـال التليفزيونى المركزى ومهددا لهـا .

ويتميز الفيديو كأداة اتصـال بعدة مميزات تجعل الاقبال عليـه يتزايد باطراد ومما يسـاعد على هذا الاقبال :

١ — حرية المشاهد فى اختيار نوع المـادة التى يرغب فى مشاهدتها وفى الوقت الذى يريد وبعيدا عن التكرار والرتابة التى كثيرا ما تتميز بها البرامج التليفزيونية الرسمية .

٢ — يمكن من خلال الفيديو مشاهدة افلام لا يستطيع التليفزيون الرسمى عرضها .

٣ — وفرة الاشرطة من مختلف النوعيات،وسهولة شرائها أو استئجارها أو استعارتها الى جانب سهولة التسـجيل من نشـاط الارسـال التليفزيونى المتنـوع .

٤ — يشبع الفيديو حاجات لا تستطيع اجهزة الاعلام الرسمية احيـانا اشباعها .

٥ — الرخص النسبى لسعر شراء جهاز الفيديو بالنسبة لقدرة كثير من شرائح الدخول فى المجتمع .

ويبدو ان الفيديو ، بسبب هذه المميزات وغيرها ، قد تمكن من استقطاب اعدادا غير قليلة من مشـاهدى التليفزيون المصرى ، وان اثره كان اكبر على

السينما حيث جذب اعدادا كبيرة من روادها بالذات شريحة المهنيين من الاطبـــاء والمهندسين والصحفيين والمحامين والمحاسبين ورجال الأعمال . وكل الذين لا تمكنهم ظروف عملهم ومواعيدهم من فرصـــة الذهاب الى دور الســـينما فى موعدها(١) .

وقد فتحت تجارة الفيديو كاست مجالات واسعة للانتاج ، فهنـــاك شرائط فيديو لألعاب الأطفال والكبار على شــاشة التليفزيون مصممة الكترونيا فى علب صغيرة والتى اصبحت موضوعاتها مفتوحة بغير حدود ، وذلك الى جانب الموضوعات الدراســـية والفنية والرياضـــية وبرامج المنوعات المشـــوقة ، كمـــا ظهرت موسوعات متكاملة على شرائط فيـــديو كاســـت فى كل العلوم والفنـــون والطب والآداب ، وقد روعى فى هذه المواد ان تناسب كل الاعمار والتخصصات والهوايات وكذلك احتياجات التعليم والتدريب والترفيه ووفقـــا لنظـــام الانتـــاج الضخم اصبح سعر هذه الاشرطة ميسرا لعـــدد كبـــير من الافراد .

بيد ان المشـــاهدات الواقعيـــة تشير الى ان اســـتخدام الفيـــديو فى مصر ما زال يصـــاحبه كثير من الخطورة ، فى ظل عرض أذواق واختيارات غـــير ملائمة على نوعيات انتاجه ، خاصةمع عدم وجود رقابة فعـــالة ومع ســـهولة طبع افلامه وتهريبها ، وفى ظل عدم استطاعة الجهات المعنية ملاحقـــة نوادى الفيديو وضبط المخالفات الصارخة الخارجة من التقاليد والقيـــم السائدة فى البيئـــة وتؤكد احدى الدراسات الميدانية ان الجانب الاكبر من اهتمامات الفيديو يتجه الى عرض افلام العنف والاثارة والجنس التى تلقى رواجا كبيرا من فئات الشباب دون غيرها من المضامين التثقيفيـــة والتعليمية(١) . التى يمكن او كان ينبغى أن يستفاد من امكانيات الفيديو كاست فى ترويجها فى مجتمع يتطلع الى بنـــاء مستقبله الحضارى .

ولعل العرض الســـابق لكل من تكنولوجيا الاتصـــال الكبيرة والصـــغيرة يلفت النظر الى خطأ النظرة الشائعة التى ترى أن تواجد مثل هذه التقنيات فى اية عملية اتصالية يحولها الى عملية اتصال جماهيرى(٢) . فعلى الرغم من ان التكنولوجيا العصرية لازمة من لوازن العملية ، الا ان حضورها لا يمثل بالضرورة او فى كل الاحوال الاتصـــال الجماهيرى ، فاذاعة تليفزيونية على نطاق الدولة لخطاب سياسى لرئيس الجمهورية فى افتتاح دورة مجلس الشعب تعد اتصالا

---

(١) نجوى الفوال ، استخدام الفيديو فى مصر ، المجلة الاجتماعية ، العدد الأول ينـــاير ١٩٨٧ .

(٢) انظـــر :

تشارلز رايت ، المنظور الاجتماعى للاتصـــال الجماهيرى ، ترجمة محمد فتحى ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٣ ص ١٣ .

جماهيريا . فى حين أن اذاعة تليفزيونية على الدائرة المغلقة للعمليات الجارية فى خط التجميع بمصنع من المصانع يرصدها مهندس ليست كذلك . كذلك فان مسلسلا تليفزيونيا يذاع على المستوى القومى او المحلى يعد اتصالا جماهيريا فى حين أن مشاهدة فيلم مسجل من خلال الفيديو لحفل عائلى ليس كذلك ، وهكذا فالجهازان فى كل مثال يستخدمان كلاهما تقنيات عصرية متشابهة بث الكترونى للصور فى احدى الحالات وتسجيل فلمى لمشاهد فى الحالة الاخرى، ومع ذلك فأحد الاثنين لا يحتسب اتصالا جماهيريا ، حيث يتطلب الاتصال الجماهيرى ، كما اشرنا من قبل ، اشتراطات خاصة أولها طبيعة الجمهور ثم تجربة الاتصال ذاتها ، ثم صاحب الاتصال الذى يأخذ هنا طابع مؤسسى .

٢ — خصائص تكنولوجيا الاتصال :

وأيا كانت انواع ومجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال فان هذه التكنولوجيا تتميز بعدة خصائص من المفيد هنا التعرض لها ، ويمكن بلورة هذه الخصائص فيما يلى :

١ — ان هذه التكنولوجيا قد صممت لتسهيل الاتصال فى اتجاه واحد(١) وان قدرتها على تحقيق التغذية العكسية والمشاركة ضئيلة نسبيا وهى فى ذلك تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد ، التليفون ، الاتصال الشخصى بحوث الجمهور « الاستبيان » وهى البحوث التى عادة ما تحصل على استجابات فردية أيضا وليست جماعية . بعبارة أخرى ، فان هذه التكنولوجيا رغم ميلها للانتشار والوصول الى أكبر عدد ممكن من الأفراد ، الا انه يغلب عليها الطابع الفردى وليس الجماعى .

٢ — التطور المتسارع فى هذه التكنولوجيا فى اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن ، هذا التطور بلغ من الاهمية فى الحقب الأخيرة الى حد أن اطلق البعض على الكرة الارضية التى نعيش عليها وصف القرية العالمية، كناية عن المقدرة الهائلة التى تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم فى التو واللحظة .

٣ — تتسم تكنولوجيا الاتصال بالمرونة والقابلية للتطويع والتأقلم فكل فن تكنولوجى جديد يظهر فى مجال الاتصال لا يلغ الآخر وانما ينفرد بميزات خاصة فى مجال نشر وترويج المعلومات فظهور الراديو لم يؤد الى اختفاء المطبوع الدورى ولكن تميز عليه بقدرته على الانتشار وتخطى الحواجز والعقبات التى كانت تعترض طريق انتشار المطبوع على نطاق واسع مثل الحواجز الثقافية والجغرافية . ومع ذلك ظل للمطبوع دوره ومكانته

---

(١) أنطوان زحلان ، مرجع سابق ص ٢٦ .

واضطر المطبوع مع ظهور الوافد الجديد الى تعديل طريقة تقديمه ومعالجته للاحداث ، كذلك لم يؤد ظهور التليفزيون الى ازاحة السينما التى سبقته فى الظهور رغم تشابه الوسيلتين فى طريقة العمل والاداء والاعتماد على حاستى السمع والبصر ، وانما اتجهت السينما الى تقديم ما يعجز التليفزيون عن تقديمه او لم يسبق له تقديمه ، حتى اصبحت الكثرة الغالبة من جيل الشباب الذى نشأ مع التليفزيون هم ايضا الكثرة الغالبة من رواد السينما وهكذا ، اخذت التكنولوجية الحديثة فى مجال الاتصال بمبدأ تقسيم العمل وحددت كل اداة لنفسها المجال الذى لا تستطيع أن تنافسها فيه الأدوات الأخرى مستفيدة فى ذلك بما تتمتع به من خصائص وقدرات .

ومن ناحية اخرى ، فان هذه التكنولوجيا يمكن نقلها وتوظيفها بسهولة داخل سياقات اخرى غير تلك التى ولدتها ، وهى هنا تتأقلم مع الواقع الاجتماعى الجديد ، وان كانت تظل خصائصها العامة فاعلة ايضا . فهذه التكنولوجيا قد توظف فى دولة تروج فيها الفلسفة الاشتراكية فتعمل فى اطار هذه الفلسفة بطريقة تتباين مع طريقة عملها فى المجتمع الراسمالى ولكن يظل مثلا طابعها الاحتكارى المميز فاعلا فى كلا المجتمعين الاول تخضع لاحتكار السلطة السياسية والحزب الحاكم وفى الثانى ، تخضع للاحتكارات الراسمالية وجماعات الضغط الاقتصادى وهكذا .

٤ — تكنولوجيا الاتصال وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة استخدام راس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة(١) . وهى لكل ذلك تأخذ صبغة احتكارية ، حيث تتركز عادة فى ايدى بناء القوة والنفوذ السائد فى المجتمع .

٥ — ان صناعة هذه التكنولوجيا ، تتسم بالتركيز الشديد حاليا فى عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى ، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات ، ويؤدى هذا التركيز الى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية ، ليس فقط على عمليات نقل وتسويق هذه التكنولوجيات فى الدول الأقل تقدما ، ولكن ايضا فى التأثير على طريقة ادارتها واستخدامها بل وصيانتها فى احيان كثيرة فى هذه الدول(٢) . مما يعزز من احكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية الثانية للأولى فى المجال الثقافى .

٦ — تأخذ تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، بسبب تكلفتها العالية وتعددها طابعا تنافسيا استهلاكيا ، فهى فى حاجة الى استهلاك جماهيرى واسع يحقق

---

(١) وليام ل. ريفرز ، وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، د.ت ص ٣١ .

(٢) عفيف عواد ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مجلة الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ ص ١١٣ .

لهـــا عائد يغطى نفقاتها وبالتالى يلعب عامل الربح والتمويل المـــالى والرغبة فى الرواج ، دورا مهما فى طريقة ادارة وتوظيف هذه التكنولوجيا بصرف النظر عن أية اعتبـــارات اخرى .

٢ — تكنولوجيا الاتصـــال الحديثة كمنتج ثقافى :

أشرنا من قبل الى اوجـــه التمـــايز بين العلم والتكنولوجيا فالتكنولوجيا وبالذات الحديثة منها ، هى التطبيـــق العملى للعلوم والعلوم فى حد ذاتهـــا ليست ثقافة ، ولكنهـــا مجموعة من المعلومات والمعـــارف التى تم التوصـــل اليها من خلال التجارب والابحاث ، وتطبيق هذه المعلومات والمعارف فى المجـــال العملى ، هو الذى يرقى بالمنتج الجديد الى درجة الثقافة ، لأن هذا الانتاج الوليد بعد نمطا من انمـــاط الحياة ويصبح له دوره ويصطبغ بالاتجاهات الســـلوكية والقيميـــة للبيئـــة(١) .

والثابت ان تكنولوجيا الاتصـــال الحديثة هى نتـــاج ثقافى غربى ظهرت لتلبى حاجات موضوعية لصـــيقة ببنيان وثقافة هـــذه المجتمعات . وتاريخ ظهور الطباعة المتحركة والراديو والسينما والتليفزيون يكشف أن اختراع هذه الوسائل جاء تلبية لظروف موضوعية تتصل بعمليات التغيير والثورة الصناعية التى بدأتها هذه المجتمعات فقد ظهرت المطبعة ذات الحروف المتحركة فى أوربا مع انتشـــار الجامعات وبدء عصر التنوير وظهور آراء مارتن لوثر زعيم الاصلاح الدينى فى المانيا ، فقد كانت الحاجة ماسة آنذاك لتوصيل هـــذه الافكـــار الى الناس بعيدا عن احتكار الاديرة والكنائس لعملية نســـخ وتوزيع الكتب(٢) . ومع انتشـــار الجامعات وتقدم الآداب والعلوم والفنـــون وظهور المدن الجديدة وتصـــاعد دور الطبقة البرجوازية ، وزيادة تطلعاتها التجارية الخارجية ظهرت الصحف المطبوعة لتلبى الحاجة لنشر الافكار الجديدة والرغبة الملحة للمعرفة السريعـــة بمـــا يدور من احداث ليس فقط فى اوربا ولكن ايضـــا فى كل بلاد العالم المعروف آنذاك(٣) .

وأدى التحول نحو التصـــنيع والتحديث فى مختلف مجـــالات الحيـــاة وما ارتبط بهـــذا من تقـــدم هائل فى العلوم والتكنولوجيـــا ، وتعقد العلاقات الانســـانية ، وتزايد مشكلاتها ، وظهور النظـــام الرأسمالى العالمى وحاجة

---

(١) عبد المنعم الصاوى ، الاعلام والثقافة من منظور العصر ، الحلقـــة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مـــايو ١٩٨٣ ص ٦ .

(٢) خليل صابات ، نشأة وسائل الاعـــلام وتطـــورها ، مرجع ســـابق ص ٢٣ .

(٣) المرجع الســـابق ص ٣٦ .

هذا النظام الى المــواد الأولية الخارجية الى تعميــق الشـــعور بالحــاجة الى اتصال جمــاهيرى أكثر انتشارا وسرعة فظهرت الصور المتحركة (السينما) وبعدها الراديو ، وتوالت بعد ذلك الاختراعات لتلبى الحاجة المتزايدة فى هذا المجال فظهر التليفزيون ، والفيديو ، والأقمــار الصناعية وغيرها .

بيــد أن الثابت أن محطــات الراديو مثــلا التى أنشئت فى بادىء الأمر للارسـال والاستقبال اللاسلكى لم تكن تهدف الى برامج اذاعية للترفيه أو حتى التثقيف(١) . وانمــا كانت شركات الشحن التجارية تستعمل هــذه الأجهزة لتوجيه ســفنها المحملة بالموز وغيره الى أسواق مربحة وفقا لقانون العرض والطلب ، وذلك بالاضــافة الى النشرات الجوية ، أيضا لخدمة هذه الســفن من تقلبات الجو والبحار . كمــا استعمل الراديو أيضــا فى وحدات الجيش لنقل المعلومات والأوامر والتنســيق بين الوحدات فى الدفاع والهجوم ، وظل الراديو يستخدم لنقل المراســلات وأخبــار الشركات الكبرى وفى الأعمــال التجارية حتى قبيــل الحرب العالمية الثانية .

وهكذا كان الباعث التجارى ، هو المحرك الأول والأساسى وراء ظهور تكنولوجيا الاتصــال الحديثة فى المجتمعات الغربيــة ، وبعــد تفــاقم أزمة الراســمالية وانتشار مظاهر السلبية ، وتزايد ضغوط وصرامة الحياة فى هذه المجتمعــات بدأ البــاعث الترفيهى يلعب دوره وراء الاختراعات التكنولوجية الجديدة ، ولكن ظلت العقلية التجارية الراسمالية ، هى التى تفرض نفســها على كل اختراع جديد : حجم الانتــاج الضخم من كلمات وصور وأصوات يتيحه المنتج الجديد ، مدى التوزيع الجغرافى الذى لا فائدة لهذا الانتــاج الضــخم بدونه ، منــافذ أسواق التجزئة لهذا الانتاج من محطــات راديو وتليفزيون ، وصحف ومجلات وغيرها ، بعبارة أخرى تصطبغ تكنولوجيا الاتصــال الحديثة بطابع البيئة الغربية التى ولدتها ، وهى لذلك تأتى حاملة خصائص هذه البيئــة وعلى رأسها الفردية ، والربح ، والمنافســة ، والاحتكار ، وسرعة الايقــاع وغيرها على النحو الذى أشرنا اليه آنفــا .

خذ مثلا مبدأ الفردية الذى تعظمه الثقــافة الغربية ، هــذا المبــدأ ، يؤثر فى طريقة تصميم أدوات الاتصــال الحديثة من صحافة وراديو وتليفزيون وسينما ... الخ بحيث يجعلها تسهل نقل المعلومات فى اتجاه واحــد وتتضاءل فرص تحقيــق المشــاركة الذى يوفره الاتصــال التقليدى ، بسبب ما تتطلبه من مهــارات وامكانيات لا تتوفر عــادة للغالبية من ناحية ، ونتيجــة لسرعة الأداء والانتــاج الجمــاهيرى السريع والمتوالى الذى تتطلبه هــذه الأدوات

---

(١) طه محمود طه ، وسائل الاتصــال الحديثة ، عــالم الفكر ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثانى ، سبتمر ١٩٨١ ، ص ٦١ .

ولا يتيح وقتـا للمشـاركة من ناحية اخري(*) . كذلك ، فان الثقافة الغربية تهتم بالجانب المـادي وعامل الربح حتى ان هذا العامل يعد الإساس الذي يوجه نمط الحياة في هذه المجتمعات ، وينعكس ذلك في مجـال تكنولوجيا الاتصـال الحديثـة ، التي لا يمكن أن تتواجد وتمـارس دورها الطبيعي بعيدا عن فكرة بيعها لسلعة ، فتعتمد مثلا على بيع الاعلان في الأحوال التي تقوم فيهـا بتقديم خدمات وهكذا . .

على ان ما يهمنا هنا في مجتمعنا العربي ، هو ما يتعلق بنقل هذه الأدوات التكنولوجية وتوظيفها في البيئـة المحلية وما يصاحب هذه العملية من مشكلات ثقافيـة فهذه الادوات ليست آلات صماء او محايدة . وانهـا يترتب على عملية نقلها وزرعها في البيئة المحلية نمط حياتي ونفسي واجتماعي يتأثر بالخصـائص الحضـارية لهذه الادوات فالتليفزيون لا يقوم فقط بعملية نقل صـوت وصورة على نطـاق جمـاهيري ولم يقدم اتصـالا سريعا ، ولكنه خلق في حد ذاته ايضـا انواع جديدة من المهن والأدوار : التاليف ، الانتاج ، الاخراج والتصوير ... الخ . واسلوب حياتي معين لملىء الفراغ وقضـاء الوقت ، وموضع له في غرفة المعيشـة ، ويحدث هذا بغض النظر عن نوع الرسائل الت ينقلها او مدى قدراتها التاثيرية . هذا التعديل الذي يفرضـه وجود التليفزيون في نمط قضاء وقت الفراغ مثلا ، له توجهاته القيمية والسلوكية وهي توجهات تميـل الى تشجيع التفرد والتجزئة (سمات الثقـافة الغربية) في البيئة المحلية التي تقوم على التوحد والترابط . مما يؤدي الى خلق حالة من الاضطراب والصراع الثقافي في المجتمع المحلي .

وقد اثارت قضـية استيراد التكنولوجيا وتأثيراتها اهتمـام الباحثين في المجتمعات النامية ، حيث تباينت الآراء بين مؤيد لتكثيف استيراد هذه التكنولوجيا بأنواعها المختلفة بغية تسريع عملية التصنيع في البلدان المتخلفة ولاختصـار الطريق المؤدي الى التنمية والحاق بالبلدان المتقدمة ويسـاق هنـا عـدد من المبررات والحجج منها : أن بعض الدول التي ترقى الى مصاف الدول المتقدمة، قد عملت على اختصار الطريق من خلال نقل التكنولوجيا المتقدمة من مجتمعاتها ويقدمون في هذا الاطار نموذج اليابان والاتحاد السوفيتي . كمـا أن الانسانية ما كانت لتحرز التقدم التقني الذي احرزته اليوم لو ان كان على كل امة ان تخطوا الخطوات نفسها التي خطتها الامم التي سبقتها على هـذا الطريق ، فاذا اقتصرت الدول النامية على التكنولوجيا من النوع المتمحور حول الذات ، فانهـا تضع نفسـها في الظروف التي كانت تعيشـها الدول المتقدمة حاليا في القرن التاسع عشر ، اما مسـالة الصراع الثقافي والاضطراب الذي تحدثه هذه التكنولوجيا في البيئة المنقولة اليهـا فهذه مسالة وقتية تواكب عادة حالات

(*) لعل في ذلك ما يشير الى احد اسباب فشل اجهزة الاعلام في المجتمعات النامية في احداث التغيير ودفع الأفراد الى المشاركة في عمليـات التنمية .

التغيير . وسوف تحل بمرور الزمن ، حينمـــا يتم التحديث ويســـود التحضر وقد اعتمدت النخب الحاكمة فى العديد من بلدان العالم وجهة النظر هـــذه(١) فتبنت فى صـــياغة سياستها وتصميم الخطط والبرامج التنموية ، هدف الحصول على أحدث المكتشـــفات والانجازات فى حقل التكنولوجيا باعتبار أن تلك هى الوســـيلة للحاق بالمســـتوى الاقتصـــادى والاجتمـــاعى الذى بلغته الدول الصناعية .

وفى مقابل ذلك ، ترى وجهة النظر المضادة ، أن اســـتيراد التكنولوجيا الحديثة بغية اللحـــاق بالغرب المتقـــدم ، ضرب من الوهم ، وذلك أن هـــذه التكنولوجيا كما أشرنا تتسم بالسرية والاحتكار فضلا عن أنها متطورة باستمرار ، وأن الدول المتقدمة لا تسمح سوى بنقـــل التكنولوجيا الأقل تقدما ، كمـــا أن أن نموذج اليابان فى الاتحاد السوفيتى يصعب التمثل بهما لاختلاف السياقات التاريخية والحضارية التى تميزهما عن العديد من المجتمعات النامية .

وترى وجهـــة النظر هذه أن دخول التكنولوجيـــا المنقولة الى البيئـــة المحلية قد لجم الثقافة المحلية وأعاق المنطلقات الحضارية الذاتية التى تعتمـــد على الاقتباس والتبادل والتطور والابداع وعطلت القيم الاجتمـــاعية وأنمـــاط الحياة التقليدية بدون توفير بدائل متماسكة(٢) بحيث كان ذلك هو سبب حالة الضـــياع وفقدان الهوية الثقافية والاختلال والتبعية التى تعانى منها العديد من مجتمعات العالم الثالث . مما يستوجب رفض هذه التكنولوجيا والاعتمـــاد على القدرات الذاتية ، أو على الأقل اقتصار نقلها على تلك الفنون الملائمة منها لظروف البلد الطبيعية والثـــقافية والاجتمـــاعية وخيـــاراتها الأيديولوجية والسياسية(٣) وشريطة تهيئـــة البيئـــة أولا لاســـتيعاب هـــذه التكنولوجيا وهضـــمها(٤) .

ويعنى تهيئة البيئة فى اطار هذا الاتجاه ، أن تكون الهياكل الذاتية المحلية

---

(١) عبد الهادى سويفى ، دور الدولة فى تنظيم نقل التكنولوجيا فى ظل الاقتصاد المختلط ، المؤتمر العلمى الســـنوى الثامن للاقتصـــاديين المصريين ١٢/١٤ مايو ١٩٨٣ ص ١ .

(٢) عفيفى عواد ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مرجع سابق ص ١٢٢ .

(٣) يعد مصطلح التكنولوجيا الملائمة من المصطلحات المنتشرة فى العديد من الكتـــابات فى الوقت الراهن ، ويقصـــد به ضرورة مناســـبة الفن التكنولوجى المستورد للهياكل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وهو المعنى الذى ما يزال يحيطه الكثير من الغموض وعدم التحديد .

نجيب عيسى ، مشـــكلة التكنولوجيـــا فى العـــالم الثـــالث ، الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ ص ٢١ .

بجوانبهـــا المختلفة قادرة على تطويع الفنى التكنولوجى المســـتورد وتوظيفه لصـــالح هذه الهياكل بمـــا يضمن الاستفادة من الفنى الوارد والمحافظة على الثقافة والهوية الذاتية . فاستيراد الدول العربية لتكنولوجيا الاقمار الصناعية واطلاق عربستات مثلا لم يحقق لها الهدف المنشود فى مجـــال تسهيل وسرعة تبادل المعلومات بينها والمساعدة فى تحقيق مشروعات التنمية العربية كمـــا كان مفترض ، فقد اعاقت الهياكل السياسية والاجتماعية والاقتصـــادية والفنيـــة السائدة فى المجتمعات العربية الاستفادة من عربستات الى الحد الذى تحول معه هذا القمر الى محطة فى الفضاء شـــبه متوقفة(١) . وان العـــديد من الدول العربية يفضل التعامل مع وكالات الفضـــاء الأوربية على التعامل مع عربستات

وايا كانت المواقف والاتجاهات حول قضية نقل التكنولوجيا ، فان الثابت لدينا ، ان تكنولوجيا الاتصـــال بكل ادواتها وتنظيماتها قد انتقلت تقريبا الى البيئـــة العربية حاملة معها قيم ومواقف وفلسفات الحضـــارة الغربية . وقد افضى ذلك فى ظل الاعتباطية فى النقل وفقدان الارادة او القدرة على تطويع هذه التكنولوجيا الى تخريب النســـيج الثقافى للبيئة العربيـــة ، والأمثلة كثـــيرة ومتعددة ، ولن نشـــير هنـــا الى تلك المضامين الغربية الوافدة التى تروج لها هذه الادوات ، بحكم علاقات التبعيـــة التى تربطها بنظيرتها فى الدول المتقدمة، او الى القيـــم الغربية التى تعكسها هذه الادوات فى حد ذاتها كمـــا اشرنا من قبل ، ولكن لناخذ مثلا بســـيطا ومحددا مدى التاثير الفادح الذى احدثته هـــذه الادوات فى الثقافة المحلية واللغة العربية تحديدا . لقد اصبح البعض يتحدث عن ما يسمى باللغة الاعلامية ، حيث ساهمت هـــذه الادوات الوافدة فى الانحدار باللغـــة الفصحى ، لغـــة القرآن الكريم ، بحجة البســـاطة فى فهم الرســـالة وزرعت هذه الادوات العديدة من المصطلحات التى اصبحت تروج فى الأحاديث العامة ، والكتابات المتخصصـــة على حد سواء مثل «عالمى» ، «التنمية» ، « المصـــدر » ، « القـــائم بالاتصـــال » عوضـــا عن تعبـــيرات محلية كانت تستخدم فى هذا المجال مثل «النهضة» ، «العمران» ، «الخطيب» ، «المنشد» وغيرها ، كمـــا ساعدت هذه الادوات على شيوع الكتابات الركيكة والتعبيرات الغامضة غير محددة المعنى مما ساهم فى ضحالة الفكر وضعف الاستيعاب .

ويذكر « جلال امين » : ان اضعاف اللغة العربية وثيق الصـــلة بالتبعية الفكرية اذ لا يجوز القول بأن اللغة ما هى الا وســـيلة للتعبير وليست غاية فى ذاتها وانها طريقة للاتصـــال ، فالحقيقة ان التبعية فى لغـــة التعبـــير وثيق الصلة بالتبعية فى مضمون الفكر ذاته ، يؤدى كل منها الى الآخر ويقويها .

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول العقبات التى تواجه القمر الصناعى العربى انظر اعمـــال الندوة التالية : منتدى الفكر العربى ، القمر الصـــناعى العربى بين مشـــكلات الأرض وامكانات الفضاء ، عمان ، مارس ، ١٩٨٦ .

فاذا كنت تابعا لفكر غيرك استسهلت التضحية بلغتك ولكنك اذا استسهلت التضحية بلغتك تورطت أكثر فى تبـول ما لا يتعين عليك قبوله من الفكر الأجنبى فاللغة تعكس نفسها فى كثير من الأحيـان فى مواقف قيمية وتفضيلات خاصة للمجتمع الذى ابتدعها(١) .

ومع انتقال هذه الأدوات ، جرى نقل طرق ادارتها وكيفية اسـتخدامها ايضـا بلا تعديل أو تغيير رغم اختـلاف الظرف والحاجة ، فالهيكل التنظيمى بأى مؤسسة صحفية عربية لا يخرج عن الهيكل التنظيمى لأية صحيفة غربية ، نفس الأقسـام الفنية والتحريرية والمصطلحات المتـداولة ونوبات العمل ، بل ويتعلم المحرر العربى فى قاعات الدرس والتدريب سواء المحلى منها او الأجنبى الطريقة الغربية فى جمع الخبر الصحفى ونشره ويعرف له الخبر بأنه كل ما هو مثير وغريب ويخرج عن المألوف ويزيد من اقبال الجمهور على الجريدة(٢) وهو المفهوم الغربى الرائج عن الخبر الصحفى .

٤ — توظيف تكنولوجيا الاتصال فى الدول النامية :

يقصد بتوظيف تكنولوجيا الاتصال ، الأهداف والغايات التى تستخدم من اجلها أدوات الاتصـال الحديثة فى المجتمع ، واذا كانت هذه الأدوات غربية المنشأ ، وتحمل رموز الثقافة الغربية ، الا انه كمـا اشرنا من قبل ادوات قابلة للتطويع والتأقلم . ومن ثم فان تخريب أو تدعيم هذه الأدوات للثقافة المحليـة المنقولة اليها سيتوقف على قدرة البيئـة المحلية بهياكلها المختلفة على تطويع هذه الأدوات ، وتوظيفها لخدمة المصـالح والثقافة المحلية .

والثابت أن أهداف وغايات الاتصال تتباين بتباين الأوضاع السـياسية والاقتصـادية والفكرية فى كل مجتمع ففى المجتمع الرأسمالى يعد الاتصـال نسـق طبقى يقوم بدوره فى خدمة أهداف المجتمع الرأسمالى والحال كذلك فى المجتمع الاشتراكى وهو ايضـا كذلك فى المجتمعات النامية تتحدد أهدافه على ضـوء أهداف وغايات نظم الحكم التى تصـوغ عمليات الاتصـال فى هـذه المجتمعـات(٣) .

---

(١) جلال أمين ، بعض مظاهر التبعية الفكرية فى الدراسات الاجتماعية بالعالم الثالث ، اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢٣٤ .

(٢) راجع دراسة وافية قام بها صاحب العمل الراهن فى :

عبد الفتـاح عبد النبى ، سـسـيولوجيا الخبر الصحفى ، القـاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ .

(٣) أحمد أبو زيد ، الاتصال ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، اغسـطس ١٩٨٠ ص ٨ .

واذا كان توظيف تكنولوجيا الاتصال يعنى الأهداف والغايات التى تستخدم من اجلها ، واذا كانت هذه الاهداف والغايات تتباين فى المجتمعات المختلفة ، فاننا يمكن هنـــا الحديث عن مستويين من مستويات توظيف تكنولوجيا الاتصال فى الدول النامية :

الأول : مستوى النظام السياسى . **والثانى** : مستوى الأفراد وما يدفعنا الى هـــذا التقســـيم هو ما نلاحظه فى احوال كثيرة من انفصال واضـــح بين كلا المستويين فى استخدامهما لأدوات الاتصال :

والثانى : مستوى الأفراد . وما يدفعنا الى هذا التقسيم هو ما نلاحظه

(أ) التوظيف على مستوى النظام السياسى :

يرتبط توظيف اجهزة الاتصال فى الدول النامية بطبيعة الظروف المجتمعية والنظام السياسى والاجتماعى القـــائم فى هـــذه الدول ، ومع ما قد يوجد من تمايزات فى ظروف واوضاع هذه الدول الا انها متشابهة جميعا فى مجموعة من السمات تجعل واقع الممارسة الاعلامية فيها تبدو متشـــابهة الى حد كبـــير . فهذه الدول تتميز بحداثة استقلالها وخضوعها طويلا تحت السيطرةالاستعمارية ومع أن معظمها قد حصل على الاستقلال السياسى ، الا انها ما زالت جميعـــا تعانى بصـــورة أو باخرى من آثارهذه السيطرة واوضـــاع التبعية الاقتصادية والثقافية للدول المتقدمة(١)

كذلك يتســـم الاطار الاقتصـــادى والاجتماعى فى هـــذه الدول بالفقر العام ، وتدنى الأحوال الاقتصادية ، وجمود الحراك الاجتماعى ، وتفـــاوت واضح فى توزيع الدخول وتفشى الأمية والتعددية العرقية واللغوية . كما تتميز هذه الدول بغيـــاب او ضعف التجمعات السياسية اذ أن كثيرا من الاحزاب السياسية فى هـــذه المجتمعـــات مجرد تنظيمات من خلق فرد وبالتـــالى تتحدد طبيعتها بشخصيته اكثر منها بآرائه السياسية بـ لويمكن أن تنتهى بمجرد وفاته او فقدانه للاهتمـــام السياسى ، ويكمل ذلك غياب او هامشـــية المعارضـــة السياسية وتمحور النظام السياسى كله حول نخبة محددة جدا من الافراد أو حتى فرد واحد هو شخص رئيس الدولة(٢) .

ويلقى هذا الواقع بجوانبه المختلفة بظلاله على الواقع الاعلامى فى الدول

---

(١) عواطف عبد الرحمن ، قضـــايا التبعية الاعلامية والثقافية بالعالم الثالث ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

(٢) كمـــال المنوفى ، الراى العـــام فى الدول النـــامية ، مرجع ســـابق ص ٦٩ .

النامية ، وهو الواقع الذى يحمل هو الآخر خصـــائص التخلف ويتمثل ذلك فى المؤشرات التالية(١) :

١ — محدودية قنوات الاتصال وعدم كفايتها فى كثير من الاحيان ونمطية وتشـــابه ما تحمله من رسائل وارتباطها المفرط بالسلطة الحاكمة .

٢ — تدنى معدلات حيازة أدوات الاتصـــال لدى الأفراد فى هـــذه الدول

٣ — التمركز فى المنـــاطق الحضرية واهمـــال المنـــاطق الريفيـــة على اتســـاعها وغلبة عدد سكانها .

٤ — محدودية مصـــادر المعلومات ، والاعتمـــاد المفرط على المؤسسات الأجنبية فى الحصول على المعلومات وفى تشغيل اجهزة الاعلام .

٥ — تدنى قدرات الأفراد على المشاركة والتعامل مع اجهزة الاتصال .

٦ — عدم وجود قنوات اتصـــال بين المؤسسات الاعلامية والمؤسسات الاخرى فى الدولة التى يمكن أن تستفيد من النشـــاط الاعلامى وتفيده ايضا .

وفى اطـــار هذا الواقع السياسى والاقتصادى والاجتمـــاعى والاعلامى الذى يسود العديد من الدول النامية ، توظف الأنظمة الســـياسية بهذه الدول اجهزة الاعلام التى تخضع عادة للتوجيه والسيطرة من جانب هـــذه الانظمـــة لأداء مجموعة من المهام يمكن بلورة اهمها فيما يلى :

١ — التنميـــة :

كانت قضية التنمية هى القضـــية الأكثر الحاحا أمام المجتمعات النامية فى أعقـــاب حصولها على الاستقلال السياسى ، فقد وجدت هـــذه المجتمعات أنه لا بديل امامها للخروج من حالة التبعيـــة والتخلف والركود الا من خـــلال الاعتمـــاد على الذات ، وتعبئة الموارد والامكانات وحسن استغلالها من اجل البنـــاء والتقدم ، وقد اتجهت انظار المســـئولين فى الدول النامية الى اجهزة الاعلام باعتبارها أداة فعالة يمكن توظيفها لمساعدة خطط التنمية الحكومية(٢) . حيث بدا واضحا أمام هـــؤلاء القادة قدرة هذه الأجهزة فى مجال نشر المعلومات

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول مؤشرات التخلف الاعلامى فى الدول النامية انظر : فرنسيس بال ، وسائل الاعلام فى الدول الناميـــة ، ترجمـــة حســـين العودات ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ادارة الاعـــلام ، ١٩٨٢ ص ص ١٠ — ١٦ .

(٢) محمد عبد القادر احمد ، دور الاعلام فى التنميـــة ، مرجع ســـابق سابق ص ٢١٧ .

والبيانات والأفكار الجديدة وتغطية اخبار المشـاريع الحكومية وتوفير عنصر المعرفة حولها لدى مختلف القطـاعات فى المجتمع ، وشرح وتفسـير هـذه المشاريع واهميتهـا وتهيئة المنـاخ الاجتماعى والثقافى الملائم لقبولها وتحقيق الاجماع حول المقترحات الجديدة ، والمسـاعدة فى اضعاف الاتجاهات المعارضة لها ومعالجة المشكلات والقضايا التى يعانى منها المجتمع وتعترض خطط التنمية الى غيرها من المهام الضرورية التى تتطلبها عمليـات التغيير والتنمية كالتدريب وتقييم ومتابعة الاجراءات ومعـالجة الآثار النـاجمة عن عمليـات التبديل والاحلال ... الخ .

وقد يسهل من مهمة قيـام اجهزة الاعلام بمثل هذه العمليـات فى الدول النامية خضوع هذه الاجهزة للسـيطرة والتوجيه الحكومى الامر الذى يتيـح فرصـة افضل لممارسة اعلامية موحدة ومنسقة مع الجهود الحكوميـة(١) بيد ان اخفاق العديد من الحكومات فى الدول النامية فى رسـم سـياسات تنموية واضحة المعـالم ، وضعف الأداء السياسى للانظمة الحاكمة فى الكثير من هذه الدول ، وفشلها فى تحقيـق امال وطموحات شعوبهم فى التنمية والتقدم ، قد انعكس سلبيا على المهام التنموية لأجهزة الاعلام فى الدول النـامية ، فباستثناء بعض العمليات المحدودة التى تقوم بها هـذه الأجهزة بين الحين والآخر فى مجال التوعية والارشاد الصحى ، وتنظيم الأسرة وغيرها من القضايا تركزت معظم عمليـات هذه الأجهزة للدفاع من الأنظمة الحاكمـة ، وغلب الطـابع الدعائى على العملية الاعلامية برمتها فى هذه الدول(٢) . وهو الطـابع الذى يتسم بتلوين الأخبار والمعلومات والحقائق بالآراء والعـاطفة والتمحور حول وجهة نظر واحدة ، هى وجهة نظر السلطة واصـحاب النفوذ ، والتزرع بالاستقرار والقاء اللائمة على الآخرين والهاء الجماهير فى توافه الأمور وقضايا فرعية ، بعيدا عن القضايا الأساسية الى غيرها من العمليات التى تهدف فى الأساس الى تزييف وعى الأفراد أو تغييب هذا الوعى ، والحيلولة دون اقامة رأى عام مستنير قادر على فرض التغيير كمهمة اساسية ، اصبحت توكل الى اجهزة الاعلام فى العديد من الدول النامية فى الوقت الراهن .

---

(١) ديفد ويفر وكريستين اوغان ، نظرة عامة على الاعلام والتنميـة ، ترجمة منى الطـاهر ، المنظمة العربية للتربيـة والعلوم والثقـافة ، ١٩٨٥ ص ١٤ .

(٢) انظر فى ذلك :

خالد رشيد ، الاعلام العربى واقعه وابعاده ومستقبله ، بغـداد دار الحرية ، ١٩٨١ .

٢ — اضـــفاء الشرعيـــة :

تستخدم النخب الحاكمة فى العديد من الدول النامية أجهزة الاعلام كأداة لاضفاء الشرعية وتثبيت دعائم نظم الحكم القائمة وبالذات مع تزايد ضعف الأداء السياسى لهذه النظم وعجزها عن قيادة مسيرة التنمية وتحقيق الاســتقلال الكامل ، وتدنى الأوضاع المعيشية للأفراد . والمقصود بالشرعية هنا ، هو تحقيق رضاء الجماهير وقبولهم لما هو قائم وللطريقة التى تمارس بها النخب الحاكمة الجديدة سلطاتها وللاجراءات التى تتخذها فى مجال التغيير . وبدون اضفاء الشرعية على هذه الاجراءات والقرارات يصبح النظــام القائم غير مستقر وعرضة للاهتزازات .

ويرى « ماكس فيبر » أن الشرعيـــة يمكن أن تستمد من واحد أو أكثر من مصـــادر ثلاثة هى(١) التقـــاليد والزعامة الملهمة والعقلانية ، ويعنى المصـــدر الأول استخدام أجهزة الاعـــلام للمعتقدات الشـــعبية والعـــادات والاعراف الســـائدة فى المجتمع والمتوارثة عبر الاجيال والتى تؤكد على الأحقية بالســلطة واطاعة أولى الأمر ، ويدخل فى هذا المصدر المعتقدات الدينيـــة وكثيرا ما تلجأ النخبة الحاكمة عن طريق أجهزة الاعلام الى استخدام هذا المصـــدر ، وذلك بالاهتمام بالموالد والاحتفالات والمناســـبات المختلفة التى تحرص القيادة على مباركتها وحضورها ، واستخدام الاناشيد الدينية التى تحث على طاعة الحكام وأحقيتهم فى الحكم ، وكذلك الاهتمـــام بالاغانى الشعبية والفلكلورية ، وذلك كله بهدف تحقيـــق رضـــاء وقبول الجماهير للنظام القائم واكتساب الشرعيـــة المطلوبة .

اما المصـــدر الثــــانى ، والذى يتعلق بالزعامة الكارزمية ، فانه يعنى تحقيـــق الولاء والطاعة من جانب الاتباع والمحكومين للقائد أو الزعيم أو رئيس الدولة . ويتأتى ذلك من خـــلال ضفاء هالة من الاحترام والتبجيل والهيبة على شخصيته وابراز تصرفاته وأعمـــاله فى صورة جذابة ومشوقة دائمـــا(٢) ولعل ذلك هو السبب الذى من أجله تحتل صور وتحركات الرؤســـاء والزعمـــاء فى العديد من المجتمعات وبالذات النامية ، المســـاحة الواســـعة من صـــفحات الصحف ، وساعات البث الاذاعى والتليفزيون ، وتضـــخيم تصرفاتهم واضفاء صـــفات عليهم من قبيـــل ، الملك المفدى ، والرئيس المؤمن ، والعاهل المعظم ،

---

(١) أنظر فى ذلك :

Max Weber, The Theory of Social and Economic organization New York, Oxford University Press, 1947 P. 130.

(٢) على فهمى ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراسية الثـــالثة لبحوث الاعـــلام ، مرجع ســـابق ، ص ٦ .

وصـــاحب الجلالة الى غيرها من صـــفات التـــأليه والتعظيم التى نســـمعها ونقراها فى اجهزة الاعلام وتستهدف اضـــفاء الشرعية على هؤلاء القادة .

ويعنى المصدر الثالث ، الذى اطلق عليه « فيبر » العقلانية القـــانونية Legal rational وهى مجموعة القواعد والقوانين التى تحدد واجبـــات وحقوق النخبة الحاكمة ، وطريقة شـــغل المناصب واخلائها ، وانتقال السلطة وتداولها وممارستها ، كذلك حقوق وواجبات المواطنين وتنظيم علاقاتهم بالسلطة الحاكمة ، وبصرف النظر عن مصدر هذه القوانين والقواعد أو القـــوى التى قامت بتشكيلها وصياغتها ، فان كثيرا ما يستفاد من أجهزة الاعـــلام فى الدول النامية فى التأكيد على ضرورة الالتزام بهـــذه القـــواعد والقوانين والحث على الانضباط وعدم الخروج عليها واعتبار كل من يخرج عليها منحرف وخارج عن الاجماع ، ومن المؤكد أن نجاح أجهزة الاعلام فى مهمة اضفاء الشرعية ، يتوقف الى حد كبير على كفاءةوفاعلية النخبة الحاكمة فى ادارة شئون المجتمع ومدى نجاح هذه النخبة فى تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته .

٣ ــ الضـــبط الاجتمـــاعى :

كذلك تقوم أجهزة الاعلام فى المجتمع النامى بمهمة الضبط الاجتمـــاعى ، بمعنى انها تعمل فى المجتمع بوصـــفها احدى القوى التى تساهم مع القوانين والاعراف والتقاليد ... الخ على امتثال الافراد لمعايير السلوك التى يفرضها المجتمع(١) ، وتزداد أهميـــة دور أجهزة الاعلام فى هـــذا المجال على بقية القوى الاخرى فى فرض الضبط الاجتمـــاعى لما لديها من قدرات هامة فى مجال نشر الآراء والافكار على نطاق قومى ولدى قطاعات عريضـــة من الافراد ومخاطبة الجماعات المختلفة ، وتحقيق الارتباط بينهـــا خصوصا فى المجتمعات الحديثة حيث يصبح الشىء الجديد الذى يتم نشره عبر أجهزة الاعلام بمثابة قوة موجهة تقود الافراد شرا أو خيرا الى أنمـــاط من السلوك ذات طابع جمعى أكثر منه فردى . وهو ما يطلق عليه مصطلح المجتمع الجماهيرى Mass society حيث تلعب أجهزة الاعلام دور صـــناعة الثقافة وبلورة الراى العـــام الذى يصبح القوة الضاغطة فى مجال اتخاذ القرارات(٢) .

---

(١) للوقوف على مفهوم الضبط الاجتماعى وأساليبه والاتجاهات النظرية فى دراسته انظر :

عبد اللهالخريجى ، الضبط الاجتماعى ، دار الشروق ، جدة ، المملكـــة العربية الســـعودية ، ١٩٧٩ .

(٢) انظر فى ذلك :

ALAN Swinge Wood, The Myth of Mass Culture Macmillan Press, London, 1979, P. 13.

ويتميز المجتمع الجماهيرى ، بأنه يتكون من اعداد هائلة من الافراد غير المترابطين من الناحية الاجتماعية ويتحقق تماسكه من خلال الاتصالات غير الشخصية عبر اجهزة الاعلام الجماهيرى(١) كما انه يعمل من خلال قاعدة الاتصال ذات الاتجاه الواحد ، وليس من خلال التفاعل ، وبناء على ذلك ، فان المجتمع الجماهيرى يكون عرضة للضبط الاتوقراطى عن طريق قلة من الافراد ، وهم هؤلاء الذين يحددون ما ينشر وما لا ينشر فى اجهزة الاعلام ، فهى تحدد أنماط السلوك واشكال التصرف فى المواقف المختلفة ، كما تحدد للجماهير معتقداتها وافكارها وأساليب سلوكها وهى بذلك تقوم بدور مهم فى تشكيل وعى الافراد وان طبيعة هذا الوعى يتحدد على ضوء توجهات النخب الحاكمة فى المجتمعات المختلفة .

٤ — الوحدة الوطنية :

فى الدول النامية وبالذات التى ما زالت فى دور التكوين او حديثة العهد بالاستقلال ، تستخدم أجهزة الاعلام بكفاءة عالية من اجل تعزيز النعرة القومية وتاكيد الانتماء ووحدة الامة ، ومن هنا يركز جانب كثير من التغطيات الاعلامية عبر هذه الأجهزة ، على الذات القومية ، والانجازات الايجابية للامة، والوحدة الوطنية والسلام الاجتماعى(٢) .

وتزداد الحاجة الى أجهزة الاعلام فى المجتمعات النامية التى تتعرض باستمرار لعوامل التغيير من أجل تحقيق الاتفاق والقبول والاستقرار ، حيث يبدو أن العامل الأخير والخاص بتحقيق الاستقرار هو الشغل الشاغل للنخب الحاكمة فى العديد من هذه المجتمعات والذى يعنى ضرورة المحافظة على الاوضاع الراهنة ومقاومة أى تغيير يهدد نظم الحكم القائمة ، وتمارس أجهزة الاعلام هنا دورها أيضا بكفاءة عالية من خلال امتداح وتعظيم أساليب الثقافة السائدة ، وتأييد مثاليات الجماعة الحاكمة ، ومنع نشر أنباء او وقائع معنية أو اخفائها تجد فيها تهديدا للبناء الاجتماعى والثقافى القائم .

٥ — الترفيه :

يلعب الترفيه دورا مهما فى عملية الالهاء السياسى وصرف الانتباه وتزيف وعى الأفراد ، وصرفهم عن واقعهم المعاش وتدرك الانظمة السياسية

---

(١) عبد الله الخريجى ، الضبط الاجتماعى ، مرجع سابق ص ٩٨ .

(٢) عبد الفتاح عبد النبى ، سوسيولوجيا الخبر الصحفى ، مرجع سابق ص ٥٧ .

فى بلدان العالم الثالث ، والتى تعانى من فقدان الشرعية ، والعجز السياسى هذه الحقيقـــة ، فتلجأ الى أجهزة الاعلام للقيـــام بمهمة الترفيه ، والمســـاعدة فى التنفيس والتخفيف من وطأة المعاناة التى يعيش فى اطارها الافراد ، ولعـــل ذلك يفسر أسباب اتساع حجم المضـــامين الخيالية التى تبثها أجهزة الاعلام فى هذه الدول وهى المضامين التى تتمثل فى القصـــص والراويات الفكـــاهية والمسابقات بين الاندية الى غيرها من المضامين التى تهدف الى نقل الفرد من واقعه المعاش المثقل بالمشـــاكل الى عالم اكثر رحابة واشراقا تتجسد خلاله كل آمال الفرد وطموحاته والتى يعجز عن تحقيقها فى دنيـــا الواقع .

ولكن يبدو ان أجهزة الاعـــلام فى جميع الاحوال مضطرة الى نشر مثـــل هذه المضـــامين الخيالية ليس فقط بفعل التوجيـــه الســـياسى والتنفيس عن الرغبات المكبوتة لدى الافراد ومعاناتهم اليومية ، ولكن أيضـــا بهدف جـــذب الجمـــاهير أســـاسا الى التعرض لمضـــامين هـــذه الأجهزة بعـــد أن ثبت اقبـــال الجمـــاهير على مثـــل هـــذه المضـــامين على اختـــلاف انتمـــاءاتهم الاجتماعية(١) . بيـــد أن المشـــكل هنـــا لا يتحدد فى حجم هذه المضـــامين أو أهدافها ومـــدى الاقبال عليهـــا ، ولكن فى نوعيـــة ما يقدم من مواد ترفيهية، حيث كثيرا ما تتســـم هذه المواد بالسطحية والابتزال والميل للاثارة والاسفاف الأمر الذى يترك تأثيرات مدمرة على واقع الحيـــاة الاجتمـــاعية والثقـــافية للأفراد .

(ب) التوظيف على مستوى الأفراد :

يتأثر توظيف وسائل الاتصـــال على المســـتوى الفردى بعـــدة عوامل تتضـــافر معـــا لتحديد الكيفية التى يستخدم بهـــا الفرد الوســـيلة الاتصالية ويمكن تحديد هذه العوامل فيمـــا يلى :

١ — القدرات الذاتية للفرد (فسيولوجية ، ثقافية ، اقتصادية) .

٢ — الصـــورة الذهنية للفرد عن الوســـيلة الاتصالية .

٣ — خصـــائص هذه الوسيلة وقدراتها الاعلامية .

٤ — الطريقة التى يتم بها توظيف هذه الوسيلة من قبل النظـــام الســـياسى .

٥ — الواقع الثقافى والاجتمـــاعى الذى يعيش فى اطاره الفرد بما يمليه من احتياجات واهتمـــامات معينـــة .

---

(١) شون ماكبرايد وآخرون ، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصـــال ، الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، ١٩٨١ ص ٥١ . للافراد .

ودون الدخول فى مناقشة تفصيلية لكل عامل من هذه العوامل فانه فى ظروف الفقر المطلق والنسبى الذى يعيش فى اطاره العديد من الافراد فى المجتمعات النامية ، وتدنى المستويات الثقافية والصحية ، وتفشى الامية وسوء الأحوال المعيشية ، فان ما يشغل بال هؤلاء الافراد حقا طوال كل أو اغلب الوقت هو كيفية مواجهة نفقات الحياة اليومية ، ومع الفقر والاستغراق فى مشاكل الحياة اليومية والمصالح الذاتية البحتة ، يختفى أو يتضاءل الاهتمام بالقضايا أو الأحداث العامة ، أو الرغبة فى المشاركة وابداء الرأى والحوار حول المشاكل والقضايا القومية ، والتى قد تثيرها أجهزة الاعلام ، ومع اشتداد وطأة المعاناة الاقتصادية والاجتماعية تتزايد النزعة الدينية والهروبية والاستسلامية لدى الغالبية العظمى من جماهير العالم النامى .

ومع الاحتكار الصارم من جانب السلطة السياسية لأجهزة الاعلام المركزية ، واستغراق هذه الأجهزة فى عمليات الدعاية السياسية ، والتبرير والمساندة واضفاء الشرعية على الممارسات المشروعة وغير المشروعة ... الخ . وعجز هذه الأجهزة اما بحكم طبيعتها الذاتية أو نتيجة للطريقة التى توظف بها عن النجاح فى تحقيق التفاعل والمشاركة الايجابية مع الجماهير ، فقدت اجهزة الاعلام الرسمية مصداقيتها وترسخت الصورة الذهنية لديها بأنها أجهزة سلطة وليست أجهزةشعبية يمكن الاعتماد عليها وانها أدوات للترفيه والتسلية وتمضية الوقت ، وليست للتوعية والارشاد والتثقيف ، فالصحيفة تقرأ للتسلية وتمضية الوقت والتليفزيون للفرجة والانبساط والراديو للاغانى والاستماع للقرآن الكريم وهكذا .

وفى ظل ما تقدم يوظف الجانب الأكبر من الأفراد فى المجتمع النامى اجهزة الاتصال بأنواعها المختلفة فى :

١ — الالمام بطقوس الحياة اليومية وبالذات تلك المتعلقة بعنصر الوقت والزمن مثل مواقيت الصلاة والآذان ، ومواعيد اذاعة المسلسلات حتى أن بعض الافراد يستخدم هذه المواقيت لتحديد مواعيد مقابلاته مع الآخرين .

٢ — الترفيه والتسلية وتمضية الوقت ، وينصرف هذا الاستخدام على كل أجهزة الاعلام المركزى حيث يتزايد اقبال الافراد على المضامين الترفيهية التى تبثها هذه الاجهزة (المسلسلات ، الافلام ، الاغانى ، المباريات الرياضية ، الحوادث والجرائم ... الخ) وكذا على أجهزة الاتصال الصغيرة (الفردية) مثل الفيديو وشرائط التسجيل وغيرها .

٣ — الاستماع الى القرآن الكريم والاحاديث الدينية عبر وسائل الراديو والتليفزيون وشرائط التسجيل .

٤ — متابعة طقوس وممارسات النخب الحاكمة وذوى النفوذ فى المجتمع ، دون محاولة التجاوب أو حتى مجرد الانخراط الوجدانى مع هذه الممارسات والاكتفاء بالفرجة والسخرية من هذه الممارسات .

٥ — تسهيل الاتصال الاجتماعى ، وذلك بالاستعانة أحيانا ببعض مضامين اجهزة الاتصال فى المناقشات والحوارات الشخصية .

٦ — الشهرة : فقد استخدم بعض الافراد من أدباء ومفكرين وفنانين ومنتجين وغيرهم اجهزة الاتصال بأنواعها المختلفة ، فى تحقيق شهرة واسعة حتى اصبحوا اعلاما معروفين على نطاق جماهيرى .

وأيا كانت المهام التى تؤديها اجهزة الاتصال سواء على المستوى السياسى أو الفردى فى البلدان النامية ، فاننا نؤكد أن هذه المهام السابق تحديدها ، هى مهام عامة تقوم بها أجهزة الاتصال فى المجتمعات النامية الا أن ذلك لا ينفى حقيقة أن هذه المهام تتباين من حيث أولوياتها وسماتها وفقا للاوضاع المجتمعية والخصائص الحضارية التى تميز كل مجتمع من المجتمعات النامية .

الفصل الرابع

تكنولوجيا الاتصال
(التأثير والفاعلية)

الفصـــل الرابع

تكنولوجيـــا الاتصـــال (التأثير والفاعلية)

مقـــدمة :

اذا كان الفصـــل الســـابق قد أظهر الكيفيـــة التى تستخدم بها أجهزة الاتصـــال فى المجتمعات النامية بعامة ، والاهداف والغايات التى توظف من اجلهـــا فى هذه المجتمعـــات ، فان هذا الفصل يسعى لمنـــاقشة نتائج قيام أجهزة الاتصـــال بالمهـــام التى توظف من اجلها وحقيقة التأثيرات الاجتماعية لهذه الاجهزة . لمـــا لذلك من علاقة وثيقـــة ومبـــاشرة بموضوع اهتمـــامنا الرئيسى فى هذا العمل وهو بحث علاقة الاتصـــال بالثقافة المحلية .

والواقع ، ان قضـــية تأثير أجهزة الاتصـــال الحديثة فى المجتمع ، تعد واحدة من القضـــايا المعقدة ذات التاريخ الطويل والممتد فى التراث الاعلامى ، والتى لا يزال الجدل دائرا حولهـــا بين الباحثين ولا يكمن تعقيدها وصعوبتها فى اضطراب المفاهيم التى جرى طرحها حتى الآن ولا فى حجم المشـــاكل الفنية الخاصة بتصميم بحوث التأثير ، وصعوبة عزل المؤثرات الاخرى الفـــاعلة فى العمليـــة ، وقلة التنظير الدقيـــق فى هذا المجال ، وقيام بحوث التأثير التى اجريت على أسس نظرية ومنهجية غير واضـــحة ... الخ . ولكن للقضية ابعادا ايديولوجية ومجتمعيـــة ايضـــا حيث يحدد الانتماء الفكرى للباحث مدى اقباله — أو معارضته لمناقشة قضية تأثير أجهزة الاعلام فى المجتمع .

فانصار الاتجاه الوظيفى او الليبرالى ، الذين يؤمنون بالتفرد واستقلال النظم الاجتمـــاعية فى المجتمع ... الخ يميلون الى فهم الاتصـــال كنســـق وظيفى له دوره فى نقل الرسائل الاعلامية الى الافراد ، وبالتالى فانهم يسعون للتعرف على مضـــامين هذه الرسائل ودرجة تأثيرها على وحدات المجتمـــع ومناشطه المختلفة ، حيث يتزايد الاهتمـــام لدى انصار هذه الاتجاه ، للتعرف مثلا على تأثير المواد الاعلاميـــة على رؤية الفرد للعـــالم الذى يحيط به ، وفى اتخاذ قراراته .

وفى المقـــابل ، فاننا نجد انصـــار الاتجـــاه المـــادى الجدلى ، يشككون كثيرا فى جدوى بحوث التأثير الاعلامى ، فمن وجهة نظر انصار هذا الاتجاه فقد تشكل التاريخ من خلال علاقات الصراع والتناقض بين الطبقات الاجتماعية المختلفة ، وان التنافس فى الحملات الانتخابية مجرد تنافس بين شيئين متماثلين

كمـا أن بحوث التأثير التى يجريها أنصـار الاتجاه الوظيفى تتجـاهل طبيعة الخضـوع الأيديولوجى لأجهـزة الاعـلام للطبقـة المسـيطرة فى المجتمع . وهكذا ، فان عمليـات أجهزة الاعـلام تفهم لدى أنصـار هـذا الاتجاه بوصـفها نشر وترويج مفاهيم تؤثر النفوذ فى المجتمع وخدمة مصالح واهتمامات الجمـاعة الحاكمة ، وهذه المفاهيم والاهتمـامات فى حد ذاتهـا لا تصلح أن تترجم بسـهولة الى اى شـكل من ابحاث التأثير بالصـورة المعروفة(١) . وفضـلا عن ذلك ، فان التقييم النهائى لتأثير اجهزة الاعلام ، لا يتحدد فقط من خلال عنصرى المضمون والجمهور ، كما يعتقد أنصار الاتجاه الوظيفى ، ولكن أيضـا من خـلال الطريقة التى يتم بهـا امتـلاك وتوظيف المؤسسـات الاعلامية فى المجتمع ، ومع ان أنصـار الاتجاه المـادى الجدلى ينظرون الى اجهزة الاعلام باعتبارها أدوات مهمة فى تشـكيل وعى الأفراد ، الا ان اتجاه هذا الوعى لا يمثل أهميـة ، ولا يتطلب الدراسة الميدانية ، طالما انه يعكس افكار وتصورات الجماعة الحاكمة ويوجه أساسا لتدعيم الأوضـاع القـائمة .

كذلك ، فان التمايزات المجتمعية المختلفة ، توضح اسـباب الاقبـال أو عدم الاقبال على دراسة تأثير أجهزة الاعـلام فى هـذا المجتمع او ذاك . ويفسر « بملر » اسباب تزايد اقبال المؤسسـات الاكاديمية فى الولايات المتحدة الامريكية وبالذات فى فترة ما بعد الحرب العـالمية الثانية على دراسة تأثيرات اجهزة الاعلام ، بان هـذا المجتمع بدا يشـهد موجة من التغيرات الاجتماعية غير المتوقعة ، وظهور اسـاليب حياة غير مبررة وعابثة ، وتفشى العادات الجنسـية السيئة وتضـاءل الثقـة بالادارة نتيجة للحرب الفيتنامية ، ومن ثم ، نظر خبراء الاتصـال ورجال الاعـلام فى المجتمـع الامريكى الى اجهزة الاعلام بوصـفها عاملا من عوامل هذا التغيير الاجتماعى ، أو أنهـا أدوات يمكن توظيفها للحصول على التأثير الجماهيرى ومنبهات أو محركات لتحقيـق الأهداف المقترحة للتغيير ومن هنـا تأتى اهمية بحوث التـأثير فى المجتمـع الامريكى .

وفى المقابل يقل الاهتمـام نسبيا ببحوث التأثير الاعلامى فى المجتمعـات الأوربية ففى هذه المجتمعات لا يتجسد الاختيار بين الافكـار المتعارضـة فى كتابات المثقف ين فقط ، ولكن تترجم هذه الافكار أيضـا بشكل منظم الى احزاب وتيارات تتضمن الدعوات الراديكالية للتوزيع السـائد للثروة والسلطة .

---

(١) أنظر فى ذلك :

Blumler, J. & Gurrevitch. M., The Political Effects of Mass Communication, in Michael Gurevitch & other (eds) Culture, Society and The Media, Methuen, London, 1982), P. 238.

كما هو الحال فى البلدان الاشتراكية ، ومع أن حجم ما تحقق من مساواة وعدالة فى هذه البلدان لميزال قاصرا وسطحيا ، حيث استمرت ملامح النظام القائم على التمايزات الاجتماعية ، فأن ذلك دفع عددا من الباحثين فى هذه البلدان الى التساؤل حول ما اذا كان الاتصال الجماهيرى قد لعب دورا فى الحد من الدوافع الراديكالية ، وبالذات بين أفراد الطبقة العاملة التى ظلت تعانى فى المجتمعات الاشتراكية وبالتالى ، فان التصور السائد لدى العديد من الباحثين فى هذه المجتمعات يتجه الى اعتبار اجهزة الاعلام مؤسسات للضبط الاجتماعى تعمل اساسا للحد من الاتجاهات الراديكالية فى التغيير الاجتماعى والمساعدة فى تدعيم الاوضاع القائمة والمحافظة عليها(١) . ومن ثم يقل اهتمامهم ببحث قضية التأثير على اساس أن تصور الضبط الاجتماعى يعنى أن مضامين اجهزة الاعلام تميل الى التدعيم وليس التغيير ، الامر الذى لا يستأهل البحث والدراسة طالما أن ما هو قائم معروف سلفا .

وفى المجتمعات النامية ، حيث تشهد هذه المجتمعات تغيرات سريعة ومتلاحقة ، وتتزايد اهمية ومكانة اجهزة الاعلام فى الاسراع بتحقيق برامج التغيير والتنمية ، نجد أن هناك ميل بين الباحثين والمفكرين فى هذه المجتمعات للوقوف على تأثيرات هذه الاجهزة وحقيقة دورها فى هذه المجتمعات ولكن هذا الميل . ظل كامنا ، ولم يترجم الى بحوث واضحة لاسباب متعددة ليس هناك محل لمناقشتها(٢) .

وأيا كانت التعقيدات والمشاكل المحيطة ببحث قضية التأثير الاعلامى ، وبعيدا عن الاختلافات القائمة بين الباحثين لتأييد او تجاهل مناقشة هذه القضية . فاننا نرى أن طرح هذه القضية للمناقشة ، يكتسب هنا مشروعية خاصة على ضوء الانقسام الواضح فى موقف الباحثين بين تأكيد قوة اجهزة الاعلام والتقليل أو التهويل من شأن عمليات هذه الاجهزة ودورها فى المجتمع ، وكذلك الحاجة الى الاطلاع على التطورات الجديدة فى بحوث التأثير الاعلامى ، وأبرز انجازاتها ، وتقديم رؤية نقدية لهذه البحوث تتيح لنا فهما

---

(١) Ibid, P. 239.

(٢) للوقوف على عرض مفصل لمشكلات بحوث الاعلام فى المجتمعات النامية انظر :

سمير حسين ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادىء ، القاهرة ، عالم الكتب ١٩٧٦ . وكذلك :

مجموعة الدراسات والبحوث التى قدمت الى اجتماع خبراء بحوث الاعلام فى الوطن العربى ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، القاهرة ديسمبر ١٩٧٨ .

افضـل لحقيقة تأثيرات أجهزة الاعلام وكيفيـة دراسة هذه التأثيرات فى الواقع المحلى باختصـار ، فان هذا الفصل يتناول مناقشة العناصر التالية :

١ — تطور بحوث التأثير الإعـلامى .

٢ — المداخل النظرية فى بحوث التأثير .

٣ — المحددات الفاعلة فى تأثير أجهزة الاتصـال .

أولا : تطور بحوث التأثير الاعـلامى :

ادى النمو الهـائل فى اجهزة الاعلام منـذ بداية هـذا القرن . وتزايد الثورات السياسية والاجتمـاعية العـالمية ، التى يرى البعض ان أجهـزة الاعلام لعبت دورا فيهـا الى توجيه الانتبـاه الى هـذه الأجهزة والى ضرورة الكشف عن حقيقـة دورها بطريقة علميـة ومنظمـة . وكذلك الوقوف على ميكانزمات قوتها وتأثيرها . وقد اتخذ البحث فى تأثير أجهزة الاعلام ثلاث مراحل اسـاسية ومتميزة(١) .

المرحلة الأولى : ويمكن حصرها فى الفترة من اواخر العشرينيات وحتى بداية الحرب العـالمية الثانية ، وارتبطت بحوث التأثير فيهـا بانجـازات علم النفس الاجتمـاعى (نموذج المثير — الاستجابة — التعلم) وبالاعتبارات المهنية والتجارية وجرى خلالهـا تطوير عدد من النمـاذج النظرية بهدف البحث عن طرق جديدة للنهوض بكفـاءة الاعلان وتنظيم الحمـلات الانتخابية واستطلاع الراى العـام حول قضـايا معينة (سـياسية فى الاسـاس) وزيادة توزيع الصحف ... الخ . وقد اتجهت الأنظار خلال هذه المرحلة الى أجهزة الاعـلام بوصـفها أدوات فعالة فى تشـكيل الآراء والمعتقدات ، وفى التـأثير الدعائى القوى للمضـامين الاعلامية ، وقد سـاهم فى تشـكيل هذه النظرة ، المناخ السـياسى والفكرى الذى كان سـائدا خلال هذه المرحلة ، فقد أعقب الهدوء النسبى الذى سـاد العالم بعـد الحرب العالمية الاولى ، وظهور الحكومات الفاشيستية منذ عام ١٩٣٠ فى ايطاليـا والمانيـا ، واليـابان ، واستخدامها لجهزة الاعلام فى الاعمـال الدعائية والتأثير فى عواطف واتجاهات النـاس ، والضرب على وتيرة الولاء والطاعة والالتزام . كمـا سـاهم فى ذلك ايضـا سـيادة نظرية المجتمـع الجمـاهيرى Mass society التى جعلت دراسـة تأثير أجهزة الاعلام تأخذ منحى يرى أن انحصـار الاشـكال التقليدية للتنظيم ،

---

(١) أنظر فى ذلك :

سـامية محمد جـابر ، الاتصـال الجمـاهيرى والمجتمع الحديث ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤ ص ١٤٠ .

الاجتماعي تحت تأثير التصنيع والتحضر ، قد اثرت في النظام الاجتماعي حيث أصبح الافراد في ظل المجتمع الحديث ، عبارة عن ذرات مبعثرة ومعزولة عن الشبكات التقليدية للعلاقات الاجتماعية ، وبعيدة عن مصادر التأييد الاجتماعي . وبالتالي فهم معرضون أكثر للدعاية المباشرة وتأثير النخبة الحاكمة والجماعة المسيطرة على أجهزة الاعلام(١) ، التي تعد رسائلها هنا منبها مباشرا ومؤثرا يحدث استجابة فورية لدى الأفراد .

وقد شهدت المرحلة الثانية ، التي امتدت منذ عام ١٩٤٠ ، وحتى بداية الستينيات نشاطا مكثفا في مجال بحوث التأثير ، حيث ظهرت بعض النماذج التي جاءت انعكاسا للرغبة المتزايدة لتطور وترابط دراسات الاتصال . فقد تغير خلال هذه المرحلة النموذج المبسط الذى ساد المرحلة الاولى ، المرسل ، والقناة ، والرسالة ، والمتلقى . وأخذت التغييرات في اعتبارها اوجها مهمة عديدة في الاتصال الانساني فقد برزت الحاجة الى ادخال عنصر رد الفعل (Feed back) كعنصر أساسي في العملية ، والنظر الى عملية الاتصال بوصفها عملية دائرية ومتكررة وليست خطية أو مستقيمة كما هو الحال في نموذج المرحلة الاولى(٢) وارتبط التطور الرئيسى الثانى خلال هذه المرحلة ، بتأكيد فكرة أن المتلقين ليسوا سلبيين وانما يقومون عادة بعمليات ادراك ، وتفسير وتذكر انتقائية للرسائل الاعلامية ، بينما كانت النماذج في المرحلة الاولى تقصر عدم كفاءة الاتصال على الضوضاء أو التشويش (Noise) . ونجاح الاتصال في نوايا القائم بالاتصال . نجد أن التفكير في هذه المرحلة أخذ يتجه الى خصائص المتلقين والمعرفة المسبقة بهذه الخصائص ، والسياق الاجتماعي الذى يحدث فيه الاتصال كعوامل حاسمة في نجاح عملية الاتصال .

وتمثل التطور الرئيسى الثالث في هذه المرحلة في الاهتمام بفصل نماذج الاتصال الجماهيرى عن نماذج الاتصال التقليدية ، ووضع سمات خاصة ومميزة لعملية الاتصال الجماهيرى . فقد تبنى « شرام » في نموذجه الاكثر ذيوعا ، الطبيعة الجمعية للمرسل ، والعضوية الاجتماعية للمتلقى ، ووجه رلاى ورلاى (Rily & Riley) اهمية خاصة للوضع الاجتماعى الرسمى وغير الرسمى الذى يؤثر على كل من المرسل والمتلقى والعلاقة بينهما ووضع « مالتزكى » (Maletzyke) نموذجا معقدا ضمنه هذه الافكار وغيرها . وخصوصا تلك الافكار المتعلقة بالتباين بين مختلف الاجهزة ، ونوع

---

(١) Blumler & Gurrivitch, The political of Mass Communication Op. Cit., P. 242.

(٢) McQuail & Windahl, **Communication Models**, Longman, London, 1981, P. 5.

المضمون ، ومدى فهم كل من الجمهور والقائمين بالاتصال لبعضهم البعض .. الخ . وعمل وستلى وماكلين (Westley & Maclean) على تأكيد الدور الذى تلعبه مؤسسات الاتصال الجماهيرى فى التوسط والتحكم كقنوات بين مصادر المعلومات فى المجتمع والجمهور العام . وساهم نموذجهما ايضا فى سد الفجوة بين النماذج الأولى بتأكيدهما على الاتصال الهادف ، وتدفق الاتصال الجماهيرى الذى يبدو غيرها هادف بمعنى أن استمراريته غير موجهة الى متلقين معروفين ومحددين . حيث نجد أن القائم بالاتصال فى نموذجهما يعمل بوصفه وكيلا أو ممثلا Anagent للمتلقى ، ومفسرا لاحتياجاته واهتماماته . وطبقا لهذا التصور ، فان رغبة الجمهور تصبح بديلا حرفيا لهدف القائم بالاتصال[1] .

وقد كانت محصلة هذه التطورات ، ان اتسم الطابع العام لبحوث ودراسات التأثير فى هذه المرحلة — وعلى خلاف المرحلة الأولى — بالتقليل من كفاءة وفاعلية أجهزة الأعلام بصفة عامة . واصبح ينظر الى هذه الأجهزة على انها تعمل من خلال وسائط تسهل او تعوق من تاثيرها . وقد عبر عن ذلك بيرلسون Berelson فى معادلة شهيرة مفادها :

ان نوعاً ما من الاتصال + نوعا ما من الموضوعات تضاف الى الانتباه الخاص لجمهور ما . تحت بعض انواع الشروط . يمكن ان يجعلنا نحصل على قدر معين من التأثير[2] .

ولقد اوضحت تفسيرات (بيرلسون) لهذه المقولة ، انها مجرد موجه اجرائى لترشيد خطوات البحث ، حيث اوضح اهمية التمييز بين اجهزة الاعلام وما يوجد بينها من اختلاف فى الخصائص والقدرات ، وبين مختلف انواع المضمون الذى تثيره هذه الأجهزة . وان التأثيرات سوف تختلف بالضرورة ، وفقا للاتجاهات السائدة بين الجمهور حول الموضوعات المثارة وكذلك وفقا للاختلافات النوعية بين الأفراد ، حيث ان هناك بعض الافراد أكثر قابلية للاقتناع من الآخرين .

كذلك فقد حدد « كلابر » خمسة عناصر وسيطة تحد من عملية التأثير المباشر لأجهزة الاعلام : وهى العمليات الانتقائية ، ومعايير الجماعة ،

---

(١) راجع عرضا مفصلا لهذا التصور فى :
McQuail & Windahl, Communication Models, ibid PP. 23 — 34.

(٢)
McQuail, D., Towards A Sociology of Mass Communication London, Collier Macmillan, 1980, P. 45.

والاتصال الشخصى ، وقادة الرأى ، وطبيعة اجهزة الأعلام فى المجتمع الحر(١) وانتهى كلابر من تحليلاته لهذه العناصر الى ان مضمون اجهزة الاعلام ، وفقا لطبيعة هذه العناصر ، يساهم فى تدعيم او تغيير او تعديل الاتجاهات الهامشية او الرئيسية ، كما يمكن ان يحدث تاثيرا على المدى الطويل او القصير وعلى مختلف قطاعات الجمهور(٢) .

واذا مضينا فى استعراض دراسات كل من (بيرلسون) (Berelson) ١٩٤٨ ، و« هوفلاند » (Hovland) ١٩٥٣ و ١٩٥٤ ، و « كلابر » (Klapper) ١٩٦٠ ، و « كوكس (Cox) ١٩٦١ الى غيرها من الدراسات التى عنيت بدراسة الآثار الاجتماعية لاجهزة الاعلام والوقوف على قدراتها التاثيرية فى هذه المرحلة . فاننا لا نخرج من هذه الدراسات باجابات واضحة حول قوة اجهزة الاعلام ، وعلى العكس افضت هذه الدراسات الى اقتناع مؤداه ان التغييرات الجوهرية فى الاتجاهات والآراء نتيجة لما تقدمه اجهزة الاعلام هى تغيرات من المحتمل ان تكون طفيفة للغاية ، وان اجهزة الاعلام الجماهيرى لا تعمل عادة كعنصر كاف وهام للتاثير على الجمهور ، وانما تؤدى هذه الاجهزة وظيفتها من خلال مؤثرات وسيطة ومتداخلة على النحو الذى اشار اليه « كلابر » من قبل .

واذا كانت مثل هذه الدراسات ، قد اتسمت بالواقعية ، وبالحبكة المنهجية ، ولفتت الانتباه الى تعقد عملية الاتصال الجماهيرى ، وعرفنا خلالها الكثير عن العناصر الوسيطة والشروط التى يمكن فى اطارها ان يحدث قدر ما من التاثير . الا ان ما يؤخذ على هذه الدراسات انها لم تميز بين انواع ومستويات التاثيرات المختلفة التى تسعى الى بحثها ، واستهدفت التركيز على التاثيرات قصيرة الاجل (Short-term effects) واهمالها الواضح لعمليات التاثير التراكمية والمتنامية التى تتركها اجهزة الاعلام على المدى الطويل (Long term effects) فقد اهتم معظم هذه الدراسات بقضايا وموضوعات آنية (سياسية واعلانية فى الاساس) لها ظروف خاصة وارتبطت تساؤلاتها باهداف واغراض الذين قاموا بالاشراف عليها وتمويلها . كما افتقدت اجاباتها التحديد النظرى(٣) . وهكذا فان دراسات التاثير السريع وقصير الاجل قد سادت على حساب دراسات التاثيرات التراكمية وطويلة الاجل .

---

(١) Klapper, J., **The Effects of Mass Communication**, New York, Free Press, 1960, P. 19.

(٢) Klapper, J., **Ibid**, P. 258.

(٣) Defleur, **Theories of Mass Communication**, New York, David Mc Kay, 1975, P. 116.

وفى المرحلة الثالثة ، وخـــلال حقبة الســـبعينات ، فان التســـاؤل عن تأثيرات أجهزة الاعلام ، قد طرح من جديد ، واتســـم الطـــابع العـــام لبحوث التأثير فى هذه المرحلة بالرؤية النقدية للنماذج والاساليب المنهجية المســـتخدمة فى المرحلة الســـابقة ، وبالاعتدال فى تفسير قوة أجهزة الاعلام اى عدم المبالغة أو التهوين من شأن هذه الاجهزة . وبدأ البحث فى جوانب معينة كانت مهملة من قبل ، فقـــد تجاوز الســـعى للوقوف على التأثير المباشر لأجهزة الاعـــلام الى محـــاولة الاجابة على التساؤلات الخاصة بالتفاعل المتبادل والمعقد بين الأفراد أثنـــاء عملية الاتصال . حيث اتجه الاهتمام هنا الى التساؤلات الخاصة بدور المؤســـســـات الاعلامية والقائمين عليها ، ونوعية المضمون الاعلامى الذى تقدمه اجهزة الاعلام وما يحمله هـــذا المضـــمون من قيـــم وأفكـــار وعادات مجتمعية ، وكذلك تأثير رغبـــات الافراد واحتيـــاجاتهم الاجتمـــاعية المحـــددة على سلوكهم وردود افعالهم ، وتأثير العلاقات الشخصية على حجم انتشـــار الرسالة الاعلامية أو درجة قبول أو رفض المضمون الاعلامى(١) .

كذلك فقد تغير الاهتمام من التأثيرات المباشرة قصيرة الاجل الى التأثيرات غير المباشرة طويلة الأجل(٢) . ومن بين الافكار المحورية التى ظهرت فى هـــذا المجال ســـيادة التصور بأن أجهزة الاعـــلام تمـــارس معظم تأثيرها عن طريق تقديم المعرفة والاحكـــام الاســـاسية حول الموضوعات التى تقع خارج نطـــاق الخبرة الشخصية المبـــاشرة للفرد ، حيث يكتسب النـــاس المـــادة الخـــام Row-material كما هى ، ومن خلالها تتشكل آراؤهم . فالناس تستقبل متغيرات من أجهزة الاعلام عمـــا يجب أن تبدى رأيا فيه ، وعن الافكار السائدة حول القضـــايا المختلفة فى المجتمع . ومن ثم فان تأثيرات أجهزة الاعلام عليهم ســـوف تعتمد على طبيعـــة المعرفة ومجمـــوعة المعتقدات المقدمة ، ودرجة اتســـاقها وتنوعها . وأخيرا ، درجة اعتمـــاد الافراد أســـاسا على هـــذه الأجهزة كمصـــدر للمعلومات .

وأيا كان الأمر ، فانه يمكن بلورة أهم التحولات الحديثة فى بحوث التأثير الاعلامى فيما يلى :

١ — التحول من التركيز على الاتجاهات والآراء فى دراسة تأثير أجهزة الاعلام الى التركيز على المعـــارف . وهذا التحول يطرح تساؤلا مؤداه : هل

(١) لمزيد من التفاصـــيل حول الاتجاهات الحديثة فى بحوث التأثير أنظر :
McQuail, D., Towards a Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 58 - 78.

(٢) انظر فى ذلك :
McQuail, D., & Windahl, S., Op. Cit., P. 60 — 74.

التغير فى المعارف هو فى الحقيقة شرط مسبق للتغير فى الاتجاه ، وعلى الرغم من عدم وجود شك فى الصلة القائمة بين الاتجاهات والمعارف إلا أن العلاقات السببية بينهما ، ما زالت اكثر تعقيدا وغامضة الى حد كبير .

٢ — التحول من فهم التأثيرات من واقع التغيرات الحادثة الى فهمها بمعنى تشكيل او اعادة تشكيل المعارف والتصورات . ويبدو واضحا أن ذلك مرتبط بالتحول السابق ، ويتضح بصورة أكثر فى البحوث التى يطلق عليها « وظيفة وضع البرامج » التى تقوم بها اجهزة الاعلام . agenda-setting function of mass media وكذلك دور اجهزة الاعلام فى تشكيل تصورات الجمهور للواقع الاجتماعى .

٣ — كثرة نماذج الاتصال الجماهيرى ، التى طرحت محددات بديلة لطبيعة التأثيرات ، فالنماذج الخطية التى تحدد عناصر عملية الاتصال فى : المصدر ، القناة ، الرسالة ، المتلقى ، والتركيز على التغيرات فى الحالة العقلية للمتلقى التى اثارتها نماذج سابقة قد استكملت ، بمداخل أخرى تتضمن دراسات الرغبات والحاجات التى يتم التركيز فيها على اعضاء الجمهور ، ومدى تكيف مضمون اجهزة الاعلام طبقا لاحتياجاته واهتماماته .

٤ — الاقلاع عن التركيز المكثف لدراسة تاثير اجهزة الاعلام من خلال الحملات الانتخابية ، الى الاهتمام بدراسة مختلف مجالات تغطية اجهزة الاعلام بما فى ذلك الظروف غير الانتخابية او العادية . حيث كان المنحى الأول يثير نقدين اساسيين ، اولهما أنه يركز الاهتمام على التأثيرات قصيرة الأجل (فترة الحملة الانتخابية) ويهمل بالتالى التأثيرات التراكمية التى تتركها اجهزة الاعلام على معتقدات الأفراد وتصوراتهم للمواقف المختلفة . وثانيهما هو أنه يعالج نقط تأثيرات الرسائل السياسية ، ويتجاهل مضامين فكرية أكثر اقتناعا مثل الكوميديا ، المسلسلات ، والقصص ... الخ . وقد اصبح الاتجاه الجديد يركز على اجراء تحليلات متعمقة Cultivation analysis وشاملة لمضامين اجهزة الاعلام . ومحاولة الوقوف على نوعية الأفكار والتصورات التى يغلب اثارتها فى البرامج والموضوعات التى تثيرها هذه الأجهزة(١) .

٥ — الاهتمام بدراسة القائمين بالاتصال الجماهيرى ، والوقوف على أساليب العمل بالمؤسسات الاعلامية ، وظروف انتاج المواد الاعلامية داخل هذه المؤسسات ، وذلك انطلاقا من اقتناع مؤداه ، أن فهم ما يدور داخل المؤسسات الاعلامية ، والتعرف على أساليب العمل بها وعلى طبيعة الانتماءات الفكرية والاجتماعية للقائمين بالاتصال الجماهيرى ، وتحديد مجالات اهتمامتهم

Blumber, J., and Gurrevitch, M., The Political Effects (1) of Mass Communication, Op. Cit., 240.

ومواقفهم إزاء القضايا المختلفة سوف يسهم في فهم قدرة أجهزة الإعلام في مجال التأثير الإجتمـــاعي(١) .

ومهمـــا كانت طبيعة التحولات التي طرات على توجهات ابحاث التأثير الحالية ، وما قد يستجد منها في المستقبل وبالذات حول تأثير الإتصال الدولى ، وأنظمة تبادل المعلومات الحديثة ، وعلاقة أجهزة الإعلام الدوليـــة بالثقافات القومية ... إلخ ، فإنني أرى إن الجانب الهام الذ ينبغي أن يركز عليـــه الاهتمام اولا في مجال التأثير الإعلامي هو ذلك الجانب الذي يسعى الى الوقوف على الظروف التي يمكن في اطارها إن يحدث التأثير ، وتحديد العناصر الفاعلة في هـــذا التأثير . على ان يكون واضحا من البداية حجم ونوع التـــأثير الذى يسعى الباحث الى دراسته حتى يمكن الوصول الى نتائج محددة وواضحة تحد من كثافة الغموض الذى يحيط بهذا النوع من الدراســـات . وعلى الرغم من ذلك ، فان استعراض التراث النظرى المتوافر حتى الآن يكشف لنا عن مجموعة من الانجازات الهامة في هذا المجال :

أولاً : هناك اتفاق بين الباحثين على أن التأثيرات التى تحدث من اجهزة الاعلام كثيرا ما يأخذ معظمها شكل تدعيم الاتجاهات والآراء السائدة . بمعنى أن مضمون اجهزة الاعلام يعمل على تدعيم الآراء السائدة لدى الجمهور اكثر مما يعمل تغيير هذه الآراء . وهى خلاصة تتفق مع الحقيقة القائلة بأن الناس تميل الى رؤية وسماع المضامين المفضلة او التى تتفق مع اهتماماتهم او توقعاتهم . وأن الجمهور يستجيب لمضمون اجهزة الاعلام الذى ينسجم مع هذه التوقعات وعلى ضوء ذلك يتم رفض او قبول اى مضمون .

ثانيا : هناك اتفاق على أن التأثيرات تتباين وفقا لأهمية أو مكانة القائم بالاتصال . أو كما يطلق عليهـــا البعض المصدر الأكثر جدارة بالثقـــة والهيبة والمعتولية . بالاضافة الى ما يتمتع به من قدرات في تقديم الحجج والبراهين ، حيث يميل الجمهور الى سرعة الإستجابة لإستنتاجات هذا المصدر(٢) .

ثالثا : كلما زاد انتشار اجهزة الاعـــلام وتغلغلها بين الجمهور تزايدت احتمالات تغيير الآراء في الاتجاه المرغوب .

---

(١) للوقوف على عرض مفصل حول هـــذا المنحى في بحوث التأثير انظر :

Elliott, P., **Media organization and occupations** : an over view, in James Curran, and other (eds.) Mass Communication and Society, London, Edard Arnold 1982, PP. 142 — 168.

(٢) أنظر في ذلك :

Berelson, B., Steiner, G., **Mass Communication** in Human Behaviour, An inventory of Scientific findings, New York, Harcourt, Brace & world Inc., 1964, P. 537.

رابعا : معرفة الجمهور بالقضايا والموضوعات ، تؤثر على إحتمالات التاثير ، حيث إن اجهزة الإعلام يمكن إن تؤثر في خلق تغيير حول الموضوعات غير المألوفة أو الخارجة عن دائرة حياة الفرد اليومية . وبعبارة أخرى تلك الموضوعات غير الملحة ، بالنسبة للأفراد ، أو التى لا ترتبط مباشرة بميولهم ، وذلك اذا ما تعرض لها الفرد .

خامسا : إن انتقاء وتفسير الجمهور المضمون الإعلامى يتأثر بالآراء والاهتمامات السائدة وبمعايير الجماعة ايضا :

سادسا : ان بناء العلاقات الشخصية السائدة بين الجمهور ، يلعب دورا وسيطا فى إنتقال المضمون الاعلامى ، وان طبيعة هذه العلاقات تحدد او تقرر ما قد يحدث من تاثير (افترضى تدفق المعلومات على مراحل) .

ثانيا : المداخل النظرية فى بحوث التاثير :

وعلى ضوء ما تقدم ، يمكن تصنيف بحوث التاثير ونماذجه الاساسية فى مدخلين اساسيين ، المدخل الاول : — هو **المدخل التقليدى**(*) . الذى ساد خلال المرحلة الاولى والثانية من تطور بحوث التاثير . وينطلق من التساؤل الاساسى ، ماذا تفعل اجهزة الاعلام بالناس ؟ اما المدخل الثانى : فهو **المدخل الوظيفى** ، الذى يركز على السؤال المقابل ، ماذا يفعل الناس بأجهزة الاعلام . وسوف نسعى هنا إلى التعرض لهذين المدخلين المختلفين ، محاولين إبراز أهم الأفكار السائدة فى كل منهما وما تشتمل عليه من اوجه قوة او ضعف وبيان مدى ملاءمتهما لدراسة تاثير اجهزة الإتصال فى المجتمع او مدى الاستفادة منهما فى الدراسة الراهنة .

(أ) المدخل التقليدى :

يتجه هذا المدخل فى بحث موضوع تاثير اجهزة الاعلام للاهتمام بحركة الرسالة بين المرسل والمتلقى ، واستجابة المتلقى لهذه الرسالة باعتبارها أحد المثيرات ، كما يركز ايضا على الجهود التى يبذلها المرسل لتتبع محتوى الرسالة ومصيرها لدى المتلقى وتعد دراسات « شانون وويفر ، ولاسويل ، ولازرزفيلد » السابق عرضها فى موضع سابق من هذا العمل

(*) لا ينبغى أن تفهم التقليدية هنا باكثر من انه الشىء المألوف أو او المعروف والذى اعتاد عليه غالبية الباحثين فى دراستهم لهذا الموضوع .

خير مثال على هذا المنحى(*) فقد اهتم « شانون وويفر » بدراسة عملية التأثير بالتركيز على ثلاثة جوانب اساسية : الجانب الاول يتعلق بفهم المشكلات الفنية ، او بكيفية نقل الرموز والمعانى بطريقة صحيحة وسليمة ، ويهتم الجانب الثانى بأسلوب نقل الرسالة للمعانى والرموز المرغوبة اما الجانب الثالث فيهتم بحجم تأثير الرسالة على سلوك المتلقى فى الاتجاه المطلوب(١) .

كذلك فقد سعى « لاسويل » الى فهم عملية تأثير اجهزة الاعلام من خلال نموذجه **من ، يقول ماذا ، وباى وسيلة ولمن وباى تأثير** ، وهو النموذج الذى انطلقت منه غالبية بحوث الاتصال الجماهيرى ، فقد نظر «لاسويل» الى الاتصال على انه عملية خطية Liner يتم خلالها نقل رسائل من المرسل الى المتلقى وفهم التأثير Effects على انه التغيير الذى يمكن ملاحظته وقياسه لدى المتلقى وتسببه العناصر المتداخلة فى العملية . فأى تغيير فى صياغة الرسالة ، أو الوسيلة مثلا يمكن ان يحدث تغييرا لدى المتلقى(٢) .

وقد جرى تطوير مثل هذه التصورات على يد « كاتز ولازرزفيلد » فى نموذجهما انتقال المعلومات على مرحلتين ، فبينما كانت رسائل اجهزة الاعلام وفقا لأفكار شانون وويفر ولاسويل وغيرهم تصل الى الافراد وتحدث تأثيرها بصورة مباشرة ، نجد أن كاتز ولازرزفيلد قد أشارا الى انتقال هذه الرسائل من اجهزة الاعلام الى قادة الرأى فى المجتمع ، ثم من خلال هؤلاء الى الجماهير التابعة وذلك من خلال عمليات الاتصال الشخصى(٣) :

وهكذا لفت (كاتز ولازرزفيلد) الانتباه الى ان افراد الجمهور ليسوا منعزلين اجتماعيا ، وان استجابة ورد فعل الجمهور تجاه رسائل اجهزة الاعلام سوف لا تكون مباشرة وفورية ، ولكن تتوسط وتتأثر بطبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة بين الافراد ، كما ان الافراد ليسوا متساوين تماما أمام الحملات الاعلامية . ولكن يقومون بأدوار مختلفة فى عملية الاتصال .

(*) راجع الفصل الثانى من هذا العمل .

(١) أنظر فى ذلك :

Fiske, J., introduction to Communication studies, London, Netuen, 1982, P. 7.

(٢) Ibid P. 32.

(٣) Katz and Lazarsfeld, Personal influence, Glencoe Free Press, 1955.P. 21.

وباختصار ، فقــد لفت « كاتز ولازرزفيلد » انتباه البــاحثين الى ان هــذه الأجهزة لا تعمل فى فراغ اجتمــاعى (Social Vacuum) ، ولكنها تعمل داخل شبكة معقدة جدا من العلاقات الاجتماعية ، وأن هذه العلاقات تحدد مصــير الرســائل الاعلامية ومدى تاثيرها .

ومع كثرة النماذج التى ظهرت بعد ذلك ، وابرزت دور العوامل الاجتماعية والنفسية ، والثقافية فى تســهيل أو اعاقة تاثير رسائل اجهزة الاعلام على الأفراد[1] . الا أن غالبيــة هذه النمــاذج ظلت تفهم التــاثيرات على أنهــا تلك التاثيرات السريعة والمؤقتة (قصيرة الأجل) التى يقصدها المصدر ، وتتصل بالتغييرات فى المعارف والاتجاهات والسلوك لدى الافراد . كمــا أنها لا تتم نســبيا من خلال وسائط بمعنى أنها مباشرة . وبصورة عامة ، تلك التاثيرات المرتبطة بفكرة الحمــلة Campaign . وهى الجهــد الواعى والمقصــود لاستخدام أجهزة الاعلام لأغراض اعلامية ودعائية لتحقيق اهداف محددة .

وقد قام « ديفلير » (Defleur) عام ١٩٦٦ بادخال تطوير جــديد على هذه الأفكار بحديثة على نظرية المعايير الثقافية (Cultural norms theory) لتاثير أجهزة الاعلام[2] . ووفقــا لهذه النظرية فان أجهزة الاعــلام لا تؤثر فقط وبصــورة مباشرة على الأفراد ، ولكن تؤثر ايضــا على الثقافة وحجم المعرفة والمعــايير وقيم المجتمع . انها تقدم مجموعة التصورات والأفكار والاحكــام التى من خلالهــا يستخرج الافراد تصرفاتهم وعلى سبيل المثال ، ففى مجال السلوك الجنسى ، فان أجهزة الاعلام تقدم بصورة تراكمية وغير مقصودة — عادة — رؤية لمــا هو طبيعى وما يحظى أو لا يحظى بالقبــول العــام هــذه الرؤية قد يدمجها الأفراد فيمــا بعد داخل تصوراتهم الخاصة لمــا هو طبيعى أو صــحيح فى هــذا النوع من السلوك .

وانطلاقا من ذلك ، اخذ الاهتمــام يتزايد بالتســاؤلات المرتبطة بطريقة استقبال الرســائل الاعلاميــة ، أكثر من التســاؤلات المرتبطــة بالقــائم بالاتصــال الذى لديه اهتمام بتحقيق أو تلافى نتائج معينة . كذلك تزايد الاهتمام بالتاثيرات طويلة الأمد (Longterm) وغير المقصــودة (Unplanned) وغــير

---

(١) راجع على سبيل المثال نماذج : شرام ، ورلاى ورلاى ، ومالتزكى وروجرز وشوميكر فى :

McQuail, D., Windahl, S., Communication Models, Op. Cit., PP. 31 — 53.

(٢) أنظر فى ذلك

Defleur, M., Theories of Mass Communication, New York, David McKay, 1975, P. 10.

المباشرة (indirect) والجمعية (Collective) اكثر منها فردية من حيث نطاقها ، كمـــا توجه هذا الاهتمـــام لدراسة تاثير مجموعة من الرسائل او النسق الكامل للرســـائل التى لها ســـمات متشـــابهة ، بدلا من الاهتمـــام بالرسائل المنفصـــلة كالاهتمام بموضوعات التعليم غير الرسمى ، ونقل وتدعيم القيم الاجتمـــاعية الاســـاسية ، ونقل اجهزة الاعلام للايديولوجية السائدة ، وتهيئـــة المنـــاخ لتكوين الآراء ، وتوزيع المعرفة فى المجتمع ... الخ .

وفى ســـياق هذه الاهتمامات الجديدة ، ظهرت بعض الافكار حول تاثير اجهزة الاعلام ، ارى من المفيـــد مناقشتها هنـــا ، فقد ظهر افتراض « وضـــع البرنامج (Agenda-Setting Hypothesis) وخلاصة هذا الافتراض : ان أجهزة الاعلام عن طريق تركيزها على بعض الموضوعات والقضـــايا واهمـــال البعض الآخر ، ســـوف تمارس تأثيرا على الراى العـــام . فالموضوعات التى تحظى باهتمـــام اجهزة الاعلام تصبح مألوفة بصـــورة اكبر ، ويدرك الناس اهميتها خلال فترة من الزمن ، وان الموضـــوعات التى تحصل على اهتمام اقل ســـوف تنخفض اهميتهـــا بصـــورة مماثلة . ومن الممكن اختبار مثل هذه الافتراضات عمليـــا عن طريق مقارنة نتـــائج التحليلات الكمية لمضون اجهزة الاعلام ، مع التغيرات فى الراى العام التى يتم رصدها بواسطة المسوح على فترتين او اكثر من الزمن[١] .

ويعد الباحثان الأمريكيان « ماكمبس ودونلدشو (Mccombs & D. Show) افضل من كتب فى افتراض « وضع البرنامج » فقد أوضحا[٢] :

« ان الجمهور لا يعرف فقط عن القضايا العامة والموضوعات الاخرى من خلال اجهزة الاعلام ، وانمـــا يعرف ايضـــا الاهمية الحقيقية لكل قضـــية وموضوع من خلال حجم تركيز اجهزة الاعلام على كل منهمـــا ، على ســـبيل المثال فى التعبير عمـــا يقوله المرشحون خلال الحملة الانتخابية ، فان أجهزة الاعلام تحدد بوضـــوح الموضوعات المهمة . بمعنى آخر ، فان هذه الأجهزة ، تضع جدول اعمـــال أو برنامج الحملة (agenda) ، وهذه القدرة على التأثير

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول افتراض وضـــع البرنامج لأجهزة الاعـــلام انظر :

McCombs M., & Show, D., **The agenda Setting function of Mass Madia,** Public opinion Quarterly, 1972, 36 ; PP. 87 — 1716.

(٢)

McCombs M., and Show, D., **Structuring the unseen environment,** Journal of communication, spring, 1976, PP. 18 — 22.

فى تغيير المعارف بين الافراد ، تعـد واحدة من اكثر الجوانب اهميـة فى قوة اجهزة الاعلام » .

وقد اخذ « ماكمبس وشو » من قضية « ووترجيت » الامريكية الشهيرة منطلقا لتوضيح وشرح افتراض «وضع البرنامج». ففى الواقع لم يكن هناك شىء جديد فى الكشف عن الفســاد السياسى فى المجتمع الامريكى ، ولكن التنــاول المكثف للصحف ، ونقل جلسات الاستماع التى دارت حول الموضوع فى مجلس الشيوخ عبر شــاشات التليفزيون ، جعل من هذه القضــية موضوع العــام .(topic of the year)

وتثير مثل هــذه الافتراضــات — على وجاهتهــا — بعض الشــكوك والصعوبات . فعلى الرغم من ان اصحاب هــذه النظرية . قد نشروا بعض النتائج المؤيدة لآرائهم ، الا أن بعض الباحثين ، قد حذروا من القبول الأعمى لهذه الافكار ، على انه دليــل على التأثير الواسع والقــام لأجهزة الاعــلام(١) فهنــاك غموض حول فكرة الاهتمام التى يمكن أن تعزى الى اجهزة الاعلام ، فهل الاهتمــام ينبع من قبل القــائمين على هذه الاجهزة على اختلاف مواقفهم ام تلبية لاحتيــاجات الجمهور ، أم عن طريق الصــفوة وأصحاب النفــوذ ، فى المجتمــع الذين يعملون كمصــدر لأجهزة الاعلام ، ويمارســون تأثيرا عليها . كذلك يمكن القول ، انه مهمــا كانت درجة تركيز اجهزة الاعلام على موضوعات معينة ، فان الأمر ســوف يتوقف فى النهاية على مدى اهمية هــذه الموضوعات وقربها وجديتها وقدرتها على اثارة الخلاف والجدل بين قطاعات الجمهور المختلفة . وفضــلا عن ذلك ، فهنــاك أنواع عديدة من الموضوعات التى تثيرها اجهزة الاعلام ، يحاول بعضها التأثير على الافراد ، ويحاول البعض الآخر التأثير على الصــفوة .. واخيرا ، ليس واضحا ما اذا كان يمكن للباحث أن يكشف عن التأثيرات المباشرة لأجهزة الاعلام من خلال التصرفات الشخصية لأعضــاء الجمهور او توقع أن يعمل افتراض وضع البرنامج من خلال تأثير تفاعل العلاقات الشخصية ، ويؤدى ذلك عمليــا الى اختلافات كثيرة فى البحث وفى المدى الذى يمكن أن نعتمد على تحليل المضمون لتقــديم دليــل فى حــد ذاته ، لتأثيرات محتمــلة وفقــا لافتراض « وضــع البرنامج » ، ويزداد الأمر صعوبة عند اختبار هذا الافتراض فى المجتمعات التى تتشابه فيها مضــامين أجهزة الاعلام المختلفــة ، حيث لا تتوافر فى هذه المضــامين خاصية الاختلاف التى تتيح امكانيــة القيــاس والمقــارنة التى يقوم عليهــا هــذا اللون من البحوث .

---

(١) Mc cleod and other, **Another Look at the agenda satting function of the Press,** Communication research, 1974, 1, 2, PP. 66-131.

على ان ابرز الافكار التى ظهرت فى مجال بحث التاثيرات طويلة الامد ، هى فكرة « فجوة المعلومات (information gap) التى تحدثها أجهزة الاعلام فى المجتمع ، فقد أشـار العـديد من البـاحثين مؤخرا الى ان التدفق المتزايد للمعلومات ، غالبا ما يكون له تأثير سلبى ، نتيجة لتزايد المعرفة داخل جماعة او فئـة معينة الى حد يفوق ما يحدث لدى جماعة أخرى . وان فجوة المعلومات سوف تحدث وتتزايد بين جماعة اجتماعية وأخرى فى المعرفة بموضوع معين ، باستمرار تدفق المعلومات حول هـذا الموضوع من جانب أجهزة الاعلام(١) .

ويقوم هـذا الافتراض على تصـور مـؤداه : أن الأفراد فى النسـق الاجتمـاعى غير متساوين أمام المعلومات التى تبثها اجهزة الاعلام ، فالافراد الأكثر تعليمـا ، وترتفع مستوياتهم الاقتصـادية والاجتماعية ، سوف يكونون بلا شـك ، قادرين على تشرب واستيعاب المعلومات بطريقة أفضل من الأفراد الأقل تعليمـا ، وتنخفض مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية ، وبالتالى ، فان تزايد تدفق المعلومات ، يؤدى الى توسـيع هذه المعرفة بدلا من تضييقها .

وقد أوضح « روجرز » (Rogers) ان آثار تدفق المعلومات لا تتحدد فقط فى ازدياد فجوة المعرفة بين الجمـاعات الاجتمـاعية المختلفة ، ولكن ايضـا فى الفجوات المتعلقة بالاتجاهات والسلوك . وعلى ذلك ، فقد قام « روجرز » بتغيير المفهوم الى فجوة تأثيرات الاتصال (The Communication effects gap) بدلا من فجوة المعرفة ، ومع ذلك ، فقـد نبه « روجرز » الى انه لا الاتصـال الجماهيرى ، ولا المستويات المختلفة للتعليم هى السبب الوحيد لفجوة تأثيرات الاتصال ، ولكن تساهم عوامل اخرى عديدة فى خلق مثل تلك الفجوات(٢) .

وليس المهم هنا مناقشة مثل هذه العوامل(٣) . ولكن المهم مناقشـة

(١) أنظر فى ذلك :

Donohue, G. A., Tichenoer, P.J., and olien, G., N., Mass Media and Knowledge gap, Communication Research, 1975, 2, PP. 3-22.

(٢) أنظر فى ذلك :

Rogers, E., M., Communication and development : the Passing of the dominant parading, Communication research, 1976, 3, PP. 40 — 213.

(٣) للوقوف على تفاصـيل هذه العوامل أنظر :

فرج الكامل ، **تاثير وسائل الاتصـال** ، القـاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٨ ، ص ١٦٢ وما بعدها .

ما يثيره الافتراض اساسا من مفاهيم بالغة الاهمية فى دراسة تأثير اجهزة الاعلام ولعل ابرز هذه المفاهيم واكثرها اهمية هو مفهوم امكانية الاتصال (Communication Potential) التى يتمتع اولا يتمتع بها مختلف اعضاء الجمهور . فهناك بعض الافراد تتوافر لديهم امكانية الاتصال بمعنى القدرة على اعطاء واخذ المعلومات (to give and take information) وبالتالى تتزايد قدرتهم فى عملية الاتصال ، وايضا على تأثرهم بمضامين اجهزة الاعلام . وقد أشار « ماكويل ووندل » الى ان امكانية الاتصال تعتمد على ثلاث سمات رئيسية هى[1] :

١ — سمات شخصية ،فالانسان له قدرات فطرية خاصة مثل الابصار والقدرات المكتسبة مثل التحدث بلغات مختلفة ، واستخدام الآلات الحديثة ... الخ .

٢ — سمات تعتمد على المركز الاجتماعى للفرد الذى يتحدد عن طريق عدد من المتغيرات مثل الدخل ، التعليم ، العمر ، النوع .

٣ — سمات البناء الاجتماعى ، الذى يوجد فيه الفرد ، وتأثير الجماعة الأولية للفرد مثل الأسرة ، جماعة العمل ، جماعة الاصدقاء والنادى والدراسة والحزب ... الخ .

وبالاضافة الى مفهوم امكانية الاتصال ، يثير افتراض فجوة المعلومات او المعرفة تساؤلات ايضا حول حجم هذه الفجوة التى يمكن أن تحدثها اجهزة الاعلام فى المجتمع . وكذلك حول مصير وجودها فى المجتمع . فمن الواضح ان اجهزة الاعلام تثير العديد من الموضوعات . وبالتالى هناك احتمال ان يوجد اكثر من فجوة . وان هذه الفجوات قد تبدو غير متجانسة او متشابهة حيث ان فجوة المعلومات المتعلقة بالموضوعات السياسية مثلا أوسع من تلك المتعلقة بتزايد تكلفة المواد الغذائية خلال السنوات الاخيرة . كما أن الفجوات المختلفة قد توجد لدى الأفراد بطرق مختلفة ايضا .

ووفقا لافتراض فجوة المعلومات ، فان الفجوات تميل فى البداية للزيادة والاتساع بمرور الوقت ، ولكن بعد فترة معينة ، هناك احتمال لغلق هذه الفجوة ، حيث تتمكن الفئة الاقل تميزا من اللحاق بالفئة الاخرى ، وتتساوى معها فى المعرفة بالموضوع ، ويطلق الباحثون على هذه الحالة الأخيرة « منتهى التأثير » (Ceiling effect)[2] . فالأفراد المتميزون والذين تتوافر لديهم قدرات

---

(١) انظر فى ذلك : McQuail, D., and Windahl, S., Communication Models, Op. Cit., P. 70.

(٢) انظر فى ذلك : Donohue and other, Mass Media and Knowledge gap, op. Cit., P. 15.

اتصــالية عالية ، يصلون بعد فترة الى حد التشبع ، ولا يصــبح لديهم دافع للبحث عن المزيد من المعلومات حول الموضوع ، فى حين يستمر تدفق المعلومات وانتقاله باشــكال مختلفة الى الفئات الاقل تميزا أو تنخفض قدراتهم الاتصالية حتى تصــبح فى النهــاية على دراية كاملة بالموضوع مثل الجماعة الاخرى .

على أن بعض الباحثين يتحدثون عن احتمــال فشل غلق عــدد من هذه الفجوات ، خصوصا حول الموضوعات التى تواصل أجهزة الاعلام الاهتمام بها ، أو تلك الموضوعات التى لا تستمر هــذه الاجهزة طويلا فى مناقشتها . وهو الامر الذى ينعكس فى اســتمرار بقــاء الفجوات بين الفئــات الاعلى والاقل تعلمــا حول هــذه الموضوعات . كذلك فان شــكل الرســائل الاعلاميــة ومستواها اللغوى ، وتوقيت اذاعتها ، ومكان نشرها ودرجة ابرازها تعد عوامل مهمة فى استمرار بقــاء أو عدم بقــاء فجوات المعلومات(١) .

وأيا كان الامر ، فقد توصل « دونيو » وزملاؤه الى بعض الافتراضات التى أراها معقولة الى حد كبير فى هذا المجال وهى(٢) :

١ — كلمــا ادت قضية الى اثارة الاهتمام العــام بالنسبة للمجتمع ككل فان هنــاك احتمــال تزايد المعرفة حول هــذه القضــية حتى تصــبح أكثر انتشــارا بين الافراد بصــورة متســاوية .

٢ — هــذا التســاوى من المحتمل ان يحدث بصــورة اكبر عنــدما تظهر القضــية فى مناخ الصراع الاجتماعى .

٣ — هذا التســاوى فى المعرفة من المحتمل اكثر ان يحدث فى الجمــاعة الصغيرة المتجانسة عن الجمــاعة الكبيرة غير المتجانسة أو المتعددة (Pluralistic group).

ومع وجاهة هذه الافتراضات ، كمدخل لدراسة وفهم تأثير أجهزة الاعلام، وما تمثله من رد على سطحية وسذاجة وجهة النظر التى تبالغ فى مقدرة أجهزة الاعلام على التغلغل والانتشــارداخل قطاعات الجمهور المختلفة ، أو خلــق جمهور على دراية كاملة وبصــورة متشــابهة بالموضوعات المختلفة التى تثيرها هذه الاجهزة وتوجيهها الانتباه الى اهمية التمييز بين قطاعات الجمهور ، وفقــا لمبدأ امكانية الاتصال ، عند بحث موضوع التأثير . الا أن الافتراض نفســه يشوبه بعض أوجه الضعف ، منها : عدم التمييز بين أجهزة الاعلام المختلفــة

---

(١) فرج الكامل ، تأثير وسائل الاتصال ، مرجع ســابق ، ص ١٦١ .

(٢) أنظر فى ذلك :

Donohue and other, Mass Media and Knowledge gap, Op. Cit., P. 20.

فيما يتعلق بالقدرة على خلق أو غلق الفجوات المختلفة . فهناك احتمـالات مثلا حول تمتـع التليفزيون بقدرة اكبر على غلق الفجوات مما لدى الصحف والمطبوعات ، نعدد القنوات ، والمضـمون المقـدم بالتليفزيون اكثر تحديدا وتجانسا ، بينمـا فى حالة الصحف ، فان كل صـحيفة تتوجه الى جمـاهير مختلفة بمضمون اكثر تباينا وتشـعبا .

كذلك ، فان الافتراض يقصر الاهتمـام على كمية المعلومات ومدى المـام الافراد بهـا ، مع تجاهل طبيعة هذه المعلومات ، ومدى فهم الافراد لمضمونها الفعلى . وفضـلا عن ذلك ،فان العلم بالموضوعات المختلفة سـوف يختلف وفقـا لعوامل عديدة يتجاهلها الافتراض ، منها مدى سـهولة أو تعقيـد الموضوع ، والفائدة المنتظرة من ورائه (الفائدة الخاصة) وسهولة الاتصال بين الافراد (الاتصـال الشخصى) وظروف التغير التى يشهدها المجتمع .

والخلاصـة التى يخرج بهـا الباحث من عرضه للمدخل التقليدى فى بحوث التأثير ، أن هذا المدخل على ما يتضمنه من افكار هامة ومفيدة ، وما طرأ عليه من تطورات وتوجهات جديدة ، ليس كافيـا بمفرده لبحث وتفسير تأثير اجهزة الاعـلام . حيث يحصر اهتمـامه فى حركة الرسـالة الاعلاميـة ، واسـاليب انتقالها واستقبال المتلقى لهـا . ويهمل الطرف المقابل فى العملية وهو الجمهور — على اهميته — ومدى حاجة هذا الجمهور لهذه الرسـائل ، ومدى ملاءمتهـا بخصائصه واهتماماته ورغباته ، وهو ما يتجه اليـه المدخل الوظيفى فى بحوث التأثير الذى نعرض له حاليـا .

(ب) المدخل الوظيفى :

ينطلق هذا المدخل من افتراض مؤداه : ان تصرفات الافراد فى المنـاحى المختلفة ، محكومة بمـا يتولد لديهم من احتياجات خاصـة ، وبسـعيهم الدائم لاشباع تلك الاحتياجات . وبالتالى ، يمكن مناقشة قضـية التأثير من منطلق حاجة الافراد المفترضة من اجهزة الاعلام والاشـباع المفترض الذى يمكن أن يحصلوا عليـه من هذه الاجهزة(١) .

وقد اتجه الباحثون الى التركيز على اعضـاء الجمهور كعنصر متغير فى عملية الاتصـال لدراسة وتفسير عمليـة التأثير ، كرد فعل لفشل الكثير من

---

(١) Rosengren, K., E., and Windahl. S., **Mass Media Consumption as a functional Alternative,** in McQual, D., (ed.,) Sociology of Mass Communication, Benguin Books, England, 1979, P. 172.

البحوث فى ايجاد دلائل محددة حول تاثير أجهزة الاعـــلام ، فقد دعا « كاتز » (Katz) الى الحاجة الى تقليل الاهتمـــام بالتســاؤل الخـاص بماذا تفعل أجهزة الاعلام بالافراد ، والاهتمام بدلا من ذلك بمـــا يفعله الافراد مع هـــذه الاجهزة . حيث تفترضوجهةالنظر هذه ، انه حتى مضمون أجهزة الاعلام الذى يتميز بكفـــاءة عاليـــة ، لا يمكن أن يؤثر تلقائيا على الافراد الذين لا يملكون أن يســـتفيدوا منـــه فى اطارالســياق الاجتمـــاعى والنفسى الذى يعيشـــون فيـــه(١) .

فالمدخل الوظيفى ، أو ما يطلق عليه البعض مدخل الاستخدام والاشباع (use and gratification approach) ، يقدم اسلوبا جديدا للنظر فى العلاقـــة بين مضمون أجهزة الاعلام والجمهور ، حيث يفترض ، أن قيم الناس واهتماماتهم ومصالحهم وأدوارهم الاجتماعية ، هى الاقـــوى تأثيرا على سلوك الافراد ، وان النـــاس بصورة انتقائية يكيفون ما يشاهدونه أو يسمعونه أو يقراونه على ضوء هذه الاهتمـــامات ولقد أوضح « دفســـون » (Davison) أن العديد من نتـــائج البحوث قد اظهرت انه يمكن فهم الاتصال بصورة افضل ، لو تم تفسيره على اســـاس أنه رباط بين الفرد وبيئته . وافترض أن تأثير الاتصال يمكن أن يفهم على أســـاس الدور الذى يلعبه فى تمكين النـــاس من تحقيـــق علاقات اشباع أفضل بين انفسهم والعالم من حولهم(٢) . وتكمن قوة هـــذا المدخل فى أنه يوجه الانتباه الى أهميـــة التعرف على هدف الفرد من التعرض لاجهزة الاعلام ، كمـــا أنه يقترح ادخال عنصر جديد متغير ، لم يكن يؤخذ من قبـــل فى بحوث تأثير أجهزة الاعلام .

وتنقســـم بحوث التأثير التى تنطلق من هذا المدخل — كمـــا هو الحال فى المدخل التقليدى — الى بحوث قديمـــة وحديثة . فقد قام « فابلز وآخرون » (Waples and other) عام ١٩٤٠ باجراء دراسة عن القراءة كعملية اجتماعية، وقد أثارت هذه الدراســـة ســـؤالين : الاول يدور حول : من هو القارىء ، وماذا يفعل ، وماذا يريد؟ . والسؤال الثانى ، ماذا وكيف يضيف المطبـــوع لرغبـــات القـــارىء . وقد انتهت الدراســـة الى أن دوافع القراءة تتضـــمن

---

(١) كتب كاتز هذا الرأى فى مقالة بعنوان بحوث الاتصـــال الجمـــاهيرى ودراســـة الثقافة ، واشـــار ماكويل الى هذه المقالة بالتفصيل فى كتابة :

Mc Quail, D., Towards a Sociology of Mass Communication, Op. Cit., P. 109.

(٢) انظر فى ذلك :

Davison, W., P., On the Effect of Communication, Public opinion Quarterly, 1959, Vol. 24, PP. 60 — 343.

البحث عن المكانة والاسترخاء ، والرغبة فى الاندماج مع الجماعة والبحث عن الأمن والطمـأنينة ، والاستمتاع بالمهـارات الفنيـة . وان الحالة النفسـية للقراء تمثل الحد الادنى المفهوم ، وربمـا الاكثر اهميـة فى التأثير الاجتمـاعى للقراءة .

مثل هذه النتيجة اكدها « فيرنج » (Fearing) عام ١٩٤٧ فى دراسـته عن الفيلم السينمائى ، فقد اوضح أن الفيلم السينمائى ، ليس اطارا ثابتا من المعـاني والافكـار التى تستقبل عن طريق عقـل سلبى ، وانمـا ما يكونه الفرد يتحدد عن طريق خلفيته واحتيـاجاته . وانه يأخذ من الصـورة ما هو مفيد له ، والذى من خلاله ينبغى ان يفهم تأثير السينما على الجماهير .

كما سعى « هيرزج »(Herzog) عام ١٩٤٤ ، الى الوقوف على تصورات النسـاء للتمثيليات المقدمة فى الراديو ، حيث لاحظت الدراسة أن النسـاء ابدين مجموعة من الرغبات التى تختلف عن ظروف حياتهم الخاصة ومشاكلهم . وقد أوضح « هيرزج » أن تعرض افراد العينـة لهذه التمثيليات قد ادى الى اثارة الحافز والانطـلاق العـاطفى لديهم ، ومحـاولة ايجـاد بديل يعوضهم عما يلاقونه فى حياتهم من صعوبات . وذلك عن طريق القـاء المسـئولية على شخصـيات القصـة . وقد لوحظ فى هذه الدراسـة ، أن المسلسلات قدمت الشـخصية فى صـورة مثالية ، واسلوب حيـاة متميز ، كمـا انهـا احتوت على بعض الصيغ بغية التكيف مع المشاكل الحقيقيـة للمستمعين .

كذلك يمكن أن تعتبر دراسـة « بيرلسون » عام ١٩٤٩ ، التى سعى من خلالها الى الوقوف على شعور الأفراد لافتقاد الصحيفة اليومية خلال فترة اضراب احدى صحف مدينة نيويورك ، نموذجا آخر من البحوث التى اتخذت من المدخل الوظيفى منطلقا لها(١) .

وخلال حقبتى الستينيات والسـبعينيات ، ظهرت العـديد من البحوث والدراسات فى اطار مدخل « الاستخدام والاشباع » سوف تشـير الى بعضها وشيكا ، ولكن المهم هنـا ان نؤكد على أن الافكار الاسـاسية التى انطلقت منها هذه الدراسـات قد حظيت بقبول متزايد بين البـاحثين . وقد لخص «كاتز» وزملاؤه هذه الافكار فيما يلى(٢) :

---

(١) اعتمدنا فى رصد هذه الأبحاث ، ولمزيد من التفاصيل حولها أنظر :
McQuail., D., Towards A Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 71 — 65.

(٢) انظر فى ذلك :
Katz. E., Blumler, J., and Gurevitch, M., **Utilization of Mass Communication, Beverly Hills,** Sage Publication, 1974, P. 5.

« هنـــاك اسباب اجتمـــاعية ونفسية للحاجات المختلفة للافراد الذين تولد لديهم بالتالى توقعات من اجهزة الاعلام أو المصـــادر الاخرى ، وهو الامر الذى يؤدى الى انمـــاط مختلفـــة من التعرض لاجهزة الاعـــلام ، التى تؤدى بدورها الى اشباع هذه الحاجات والى نتائج اخرى غير مقصودة » .

وبالاضـــافة الى العنـــاصر الاســـاسية التى ضـــمنها« كاتز وزملاؤه » فان بحث الاستخدام والاشباع ، قد يتضمن ايضا الدوافع لاشباع الاحتياجات والبدائل الوظيفيـــة للوفاء بهذه الاحتيـــاجات . فالتعرض لمضـــمون معين من مضامين اجهزة الاعلام ، قد يكون بديلا وظيفيا — على سبيل المثال — لاشكال اخرى من النشاط الثقافى . وببساطة تبدو العملية كمـــا يلى(١) :

فرد معين له حاجة اســـاسية مثل الحاجة الى التفاعل الاجتماعى مثلا ، من خلال الخبرة يتوقع هـــذا الفرد ان التعرض لمضـــمون اجهزة الاعـــلام او استخدامه سوف يلبى له بعض جوانب هذه الحاجة ، وهذا يدفعه الى مشاهدة برامج معينة . او قراءة انواع خاصة من مضمون الصحف والمجلات ... الخ . وعندما يتحقق له الاشباع ، يمكن القول بأن استخدام الفرد لأجهزة الاعـــلام يعمل كبديل وظيفى للتفاعل الحقيقى .

وقد قدمت هذه الافكـــار ، اطار عمل للعديد من الدراســات الحديثـــة . فقد استخدم « كاتز وجرفيتش » هذه الأفكـــار عـــام (١٩٧٧) كمدخل لوصف التشـــــابه والاختـــلاف بين مختلف اجهزة الاعـــلام فيمـــا يتعلق بالوظائف والخصـــائص الاخرى التى تؤديها كل منهـــا .

كمـــا اعتمد « روسينجرن » (Rosengren) على هذا المدخل فى دراسته حول استخدام الافراد لمضـــمون اجهزة الاعلام ، وذلك للتمييز بين نوعين من مضمون اجهزة الاعلام : المضمون غير الاعـــلامى (Non informative) والمضمون الاعلامى (informative) . وقد أوضـــح « روســـينجرن »(٢) أن المضمون الاول ، يقدم للأفراد مكافأة فورية ، أما المضمون الثانى ، فانه يقدم مكافأة مؤجلة ، اى انها قد تعود بالفائدة على الفرد فى وقت لاحق ، وبصـــفة عامة ، فان الأفلام والقصص البوليســـية ، والموسيقى الشـــعبية ، واخبـــار الحوادث والجرائم والغرائب تنتمى الى المضمون غير الاعلامى اى المضـــامين التى يغلب عليهـــا الطابع الخيـــالى ، بينما الأخبار والوثائق ، والمقـــابلات

---

(١) McQuail, D., and Windhal, S., Communication Models, Op. Cit., P. 76.

(٢) Basengren, K., E., and Windahl, S., Mass Media Consumption as a functional Alternative, Op. Cit., P. 177.

والبرامج حول الشئون العامة تعد مضــامين واقعية ، اى مضامين اعلاميــة بمعنى انها تقترب من الواقع ووفقا لآراء « روسينجرن » فان المضمون غــير الاعلامى يعد مكملا او بديلا وظيفيا (Suplement or substitute functional) يشــبع للافراد الحــاجة الى التعويض او الهروب او الى الخبرات البديلة . اما المضمون الاعلامى ، فانه يستخدم كبديل وظيفى يلبى للافراد الحاجة الى المعلومات والمعرفة .

وقد توصلت دراسة « هازرد » (Hazard) الى ان القلق العــالى يقود الى الاقبال على مشــاهدة برامج التليفزيون الخيالية ، وبالذات بالنسبة للافراد ذوى المستوى الاجتمــاعى والثقافى المنخفض . كمــا اوضح « براون » (Brown) فى دراسته عام ١٩٧٦ عن استخدام الطفل للتليفزيون ، اهميــة تلك الوسيلة من حيث وظائفها المتعددة او اعطــاؤها اشــباعا متنوعا لمعظم الأطفــال ، مثل اتاحتها الفرصــة لمعرفة كيف يعيش الآخرين ، وتقديمها شيئا للحديث عنه مع الأصدقاء(١) .

واذا كانت مثل هذه الدراسات ، تعد حــالات منفردة ، ومتعلقة بأنواع خاصــة من مواد اجهزة الاعلام ، واجريت على مجتمعات معينــة ، ومن ثم يصعب الاعتماد عليها فى تقديم حكم عام لقدرة اجهزة الاعلام على التــأثير الاجتماعى ، الا ان هذه الدراسات ، قد افادت فى التوصــل الى اتفاق بين الباحثين على تصنيف رغبات الجمهور من اجهزة الاعلام ، حيث لوحظ فى عدد غير قليــل من هذه الدراسات أن هذه الرغبات تتحدد فى(٢) .

١ ــ الحصول على المعلومات والاخبار من البيئة المحلية والمجتمع الاكبر

٢ ــ المســـاعدة فى التخلص من القلق والوحــدة والتوتر والمتــاعب الشخصية . ويتم ذلك عادة من خلال الانخراط فى عالم خيــالى وعن طريق ميكانزمات التوحد مع البطل أو البطلة فى القصة أو المسلسل .

٣ ــ الحصول على التأييد والامان وتاكيد الذات ، وتســهيل التفاعل الاجتماعى وخلق موضوعات للمناقشة ... الخ .

٤ ــ الاحاطة بالطقوس المصاحبة لنشاطات الحياة اليومية التى تميز العصر ، وخلق الجو النفسى المســاعد على التوحد مع البيئة .

كما افادت الدراسات التى اجريت فى اطار هذا المدخل ايضا فى اظهار

---

(١) McQuail, D., and Windahl, S., Communication of Models Op. Cit., P. 78.

(٢) McQuail, D., Towards A Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 74 — 75.

أن الناس هى التى تفرض الاحتياجات امام اجهزة الاعلام ، وانهم موجهون فى مشاهداتهم ، واستماعهم ، وقراءاتهم بواسطة مجموعة من التوقعات التى تسعى لاشباع الرغبات ، وان هذه الاحتياجات والرغبات ، تنبع من طبيعة الشخصية ، ومن الظروف الاجتماعية . فضلا عن توجيه الاهتمام لأخذ رغبات الجمهور واحتياجاتهم فى الحسبان ، فى أى دراسة تستهدف بحث موضوع التأثير .

وبخلاف ما تقدم ، فان هذا المدخل يعانى من أوجه نقد وقصور عديدةيمكن بلورتها فيما يلى :

١ — قد لا يتمكن الفرد فى جميع الاحوال من اشباع حاجته بطرق بديلة كما يفترض هذا المدخل ، فقد تقف عقبات اجتماعية أو مادية أو حتى جسمانية أمام تلبية هذه الحاجات ، فالحاجة الى القراءة مثلا ، قد يحد منها عدم قدرة الفرد على شراء الجريدة ، أو عدم المعرفة بمهارة القراءة ، أو لافتقاده حاسة الابصار . ومن ثم تظل هذه الحاجة حبيسة لدى الفرد لا يستطيع اشباعها .

٢ — ليس من الضرورى أن يرتبط تعرض الافراد لمضامين اجهزة الاعلام نتيجة حاجات ذاتية يراد اشباعها . فقد تخلق أجهزة الاعلام نفسها الحاجات لدى الافراد . فالفرد لديه حاجة للاطلاع على الصحيفة لمجرد انها عادة تفرضها مقتضيات وضروريات الحياة العصرية . كما ان هذه الاجهزة قد تخلق احيانا وبتوجيهات معينة اهتمامات ومصالح ومطامح زائفة لدى الافراد لخدمة اغراض خاصة .

٣ — ينظر هذا المدخل الى الحاجات على نفس المستوى ، فكل مضمون فى أجهزة الاتصال ، يلبى حاجة أو اشباعا لدى الفرد ، دون الاخذ فى الاعتبار قوة أو شدة هذه الحاجات وترتيب أولويتها . فهناك حاجات ملحة واخرى اقل الحاحا فى حياة الفرد ، ومن ثم فقد يكون هناك احتياجات ملحة لدى الفرد فى فترة معينة ولا يلبيها المضمون المشار فى اجهزة الاعلام أثناء تلك الفترة .

٤ — لا يميز هذا المدخل بين مضامين أجهزة الاعلام المختلفة ، وما اذا كان الفرد ، وهو بصدد اشباع حاجاته يعتمد عليها جميعا . أم يكتفى بوسيلة أو أداة واحدة ، وما اذا كان يوجد تنافس أو تكامل بين أجهزة الاعلام فى هذا المجال ؟

٥ — يفترض هذا المدخل ، أن اجهزة الاعلام لها مضامين مختلفة تلبى احتياجات مختلفة . فى حين أن هذه الاجهزة فى بعض المجتمعات ، وبالذات المجتمعات ذات الانظمة الشمولية والديكتاتورية التى تمارس توجيها صارما

على اجهزة الاعلام ، لا يوجد اختلافات اساسية بين مضامينها وهى عادة ما تشبع احتياجات فئات محددة .

٦ — لا يعنى مفهوم استخدام اجهزة الاعلام — كبديل وظيفى وفقا لهذا المدخل — الحكم بقوة هذه الاجهزة والتسليم بفاعليتها وتأثيرها على الجمهور ، فمشاهدة التليفزيون أو قراءة الصحيفة لتلبية احتياجات معينة لدى الفرد . قد لا يعنى تأثر الفرد بما قراه او شاهده . اذ قد تكون القراءة بهدف اضفاء المكانة على الفرد مثلا ، أو الهروب من مشكلات الواقع دون أن يتأثر الفرد بمضمونها . كذلك فقد يكون فتح الراديو فى المنزل للتسلية دون انصات تام من جانب الفرد لحقيقة ما يذاع او يقال .

ثالثا : المحددات الفاعلة فى تأثير اجهزة الاتصال :

يكشف العرض السابق للتصورات النظرية فى بحوث التأثير الاعلامى ان هذه التصورات يصعب الاعتماد عليها كمنطلق لدراسة تأثيرات أجهزة الاتصال فى المجتمع . فمع ما تتضمنه من أفكار مهمة الا انها تظل قاصرة عن تحقيق فهم أفضل لقضية بالغة التعقيد والتشابك كقضية تأثير أجهزة الاتصال يتساوى فى ذلك التصورات التى تنطلق من المدخل التقليدى أو تلك التى تنطلق من المدخل الوظيفى . ويصبح التحدى الحقيقى الذى يواجه الباحث فى هذا المجال ، هو محاولة البحث عن صيغة تجمع بين جوانب القوة فى هذه التصورات ، وتستبعد أوجه الضعف فى كل منها عند دراسة تأثير أجهزة الاتصال . ولدينا فان هذه الصيغة يمكن أن تتبلور فى المحاور التالية :

١ — ضرورة الوقوف على وضعية اجهزة الاعلام فى المجتمع وعلاقتها بالبناء السياسى والاجتماعى مع الاخذ فى الاعتبار علاقة هذه الاجهزة بالمؤسسات الدولية .

٢ — الاهتمام بدراسة القائمين بالاتصال فى المؤسسات الاعلامية والوقوف على خلفيتهم الاجتماعية والثقافية وأساليب تنشئتهم وتدريبهم الاعلامى ، وبيان مدى فهمهم لدورهم وعلاقتهم بالمؤسسة التى يعملون بها وتحديد تصورهم للجمهور الذى يتوجهون اليه وللقضية موضع التحليل .

٣ — الاهتمام بتحليل المضمون الاعلامى ذاته وتحديد سماته وخصائصه والوقوف على توجهاته العامة والرؤى التى يسعى الى طرحها واثارتها وحجم الاهتمام بالقضية أو الموضوع محل الدراسة ، مع الاخذ فى الاعتبار مدى الانسجام أو التنافر بين المضامين الاعلامية المثارة عبر الوسيلة نفسها أو بين الوسائل الاعلامية المتنافسة المحلية منها والاجنبية .

٤ — فهم مختلف فئات الجمهور المتلقى ، والتعرف على سماتهم

وخصائصهم الاجتماعية والثقافية وكذا رؤيتهم لأجهزة الاعلام ، وسلوك تعاملهم معها ، والموضوعات التى تحظى باهتمامهم وأشكال الاشباع التى تحققها لهم .

٥ — مدى الانسجام أو التنافر بين قنوات الاتصال الجماهيرى وقنوات الاتصال الشخصى حول القضية موضع التحليل .

٦ — تحديد وحدة التحليل المعنية بالتأثير ، الفرد ، الاسرة ، المجتمع المحلى ، المجتمع القومى .

وعلى ضوء هذه المحاور الستة السابقة يمكن فهم اشكال ومستويات التأثيرات التى تحدثها عمليات اجهزة الاعلام فى المجتمع . بيد ان الكشف عن مثل هذه التأثيرات لا يتسنى فى لحظة آنية،ولكن هى تأثيرات ذات طبيعة تراكمية يستلزم التعرف على ابعادها دراسة تتبعية ومقارنة وتتطلب فى الوقت ذاته تكامل منهجى يستطيع أن يتناول الابعاد المختلفة لهذه التأثيرات .

الفصل الخامس

الاتصال والثقافة (أبعاد العلاقة)

الفصـــل الخامس

الاتصـــال والثقافة (أبعاد العلاقة)

دارت المناقشة فى الفصول السابقة حول الاتصـــال ، وتناولنـــا جوانب عديدة : مفهوم الاتصـــال ، وأنواعه ، ونماذجه ، وتقنياته ، ووظائف الاتصال فى المجتمعات النامية ، والمحددات الفاعلة فى تأثير الاتصال فى هذه المجتمعات . وفى هذا الفصل نركز المناقشة على الطرف المقابل لموضوع العمل الراهن وهو الثقافة ، محاولين بداية التعرف على ماهية الثقافة وابعـــادها ، ثم طبيعـــة العلاقة بين الثقافة والاتصـــال ، ودور الاخير فى مجـــال الترويج الثقـــافى ، ونركز تحديدا فى هـــذا المجال على قضـــية البث المبـــاشر وتأثير الثقـــافات الوافدة عبر تقنيات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية ، باختصـــار يتنـــاول الفصل مناقشة العناصر التالية :

١ — مفهوم الثقافة .

٢ — العلاقة بين الاتصـــال والثقافة .

٣ — الاتصـــال والانتشار الثقافى (البث المباشر) .

١ — مفهوم الثقـــافة :

على الرغم من شـــيوع استخدام كلمة ثقـــافة فى الاحاديث العـــامة والكتابات المتخصصة ، الا انهـــا لا تزال تختلط فى اذهان الكثير بسبب تعـــدد معانى استخدامات هذه الكلمة ، دون اتفـــاق واضح على مدلولاتها ، ويوجد للثقـــافة معنيـــان : **الاول** : لغوى ، وهذا لا خلاف عليه ، فالثقافة فى اللغـــة العربية ، مجاز مأخوذ من تثقيف الرمح أى تسويته ، كمـــا يورد مختار الصحاح معنى الثقافة ، فيقال ثقف الكلام ثقافة اى حذقه وفهمه بسرعة(١) **اما الثانى** : فهو اصطلاحى وهو موضع خلاف بين الباحثين ، حيث تنصرف كلمة ثقـــافة الى معـــان كثيرة وتتفاوت من جهـــة التطبيـــق ســـعة وضيقا ، فقد يتســـع المعنى ليشـــمل اسلوب حيـــاة النـــاس وما تقوم عليـــه من نظم وعلاقات بين الافراد فى تعاملهم مع بعضهم البعض ، بل وايضـــا ردود فعل الانسان على كل المثيرات التى تحيط به فى العـــالم المحيط به ، وقد يضـــيق معنى الثقافة

---

(١) مختـــار الصحاح ، مكتبة مصطفى البابى الحلبى ، القاهرة ، ١٩٥٠ ، مـــادة ثقف ، ص ٩٤ .

ليقتصر نفســـه على مجالات الفنون والآداب وبعض جوانب العلم بالنسبة الى الصـــفوة وحدها(١) .

وقد لاحظ «كروبر وكلاكهون» فى مراجعتهما لمفهوم الثقافة فى كتـــابات الباحثين ان هنـــاك أكثر من مائة تعريف قدمت لمصطلح الثقـــافة(٢) من جانب علمـــاء الانثروبولوجيـــا والاجتمـــاع وعلم النفس والاقتصـــاد والسـيـاسة والجغرافيـــا والاتصـــال . ومن الطبيعى أن يركز كل عالم يمثـــل تخصـص معين على محكات معينة وأن يعطى ثقلا لظواهر من الثقافة دون أخرى بحسب ما ينصرف اليه اهتمامه النابع من تخصصه .

هذا التعدد والتباين الذى لاحظه « كروبر » وزميله فى دراســـتهما لمعنى الثقافة انعكس أيضـــا فى نتائج الاستبيان الذى أجراه احد الباحثين المصريين لاستطلاع مفهوم محدد لماهية الثقافة ، فقد أظهر الاستطلاع ، عـــدم وجـــود تعريف متفق عليـــه بين من اجابوا على الاستبيان فمنهم من عرف الثقـــافة بأنها موقف عقلانى واعى وفاهم عن العـــالم المـــادى وغير المـــادى ، وآخر عرفها بأنها أسلوب حياة يســـعى دائمـــا نحو التطور والتقدم ، وعرفها آخرون بأنها مجموعة الانجازات التى حققها مجتمع من المجتمعـــات فى حقبـــة تاريخية معينـــة . وفريق يرى انهـــا كل ما يعزز قدرات الانســـان وما يضيف اليـــه من معلومات وتجـــارب بحيث يصـــبح أكثر قدرة على مواجهـــة مشـــكلات الحيـــاة(٣) .

وأيا كان الأمر حول تعـــدد وغموض مفهوم الثقافة واختلاف البـــاحثين فى التوصل الى اتفاق محـــدد حول هـــذا المفهوم ، فان استعراض عـــدد من المحاولات التى قدمها بعض الباحثين الثقاة لمعنى الثقافة من شأنه هنا تسليط الضـــوء على هذا المفهوم ومساعدتنا فى بلورة رؤية واضحة حوله تحقق أهداف العمل الراهن ، لقد ظهر مفهوم الثقافة اســـاسا فى الأعمـــال الانثروبولوجية المبكرة وبصـــفة خاصة لدى (تايلور) أحد أقطاب علم الانثروبولوجيا ورواده الأوائل ، فقـــد عرف «تايلور» الثقافة فى كتابه « الثقافة البدائية » بأنهـــا :

---

(١) المجـــالس القومية المتخصصـــة ، تقرير المجلس القومى للثقـــافة والفنـــون والآداب والاعلام ، حول الملامح العامة لاستراتيجية الثقافة ، الدورة الثالثة ، يونيو ١٩٨٣ ، ص ٣٦ .

(٢) نقلا عن محمد الجوهرى ، الانثروبولوجيا ، ط ١ ، القـــاهرة ، دار المعـــارف ١٩٨٠ ، ص ٦٣ .

(٣) حســـن الكاشف ، تعريف الثقافة ، دراســـة ميدانيـــة ، الحلقة الدراســـية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مـــايو ١٩٨٣ ص ٩ .

« الكل المركب الذى يشمل المعارف والمعتقدات والفن والقيانون والاخـلاق والتقاليد والعادات وجميع القدرات الاخرى التى يستطيع الانسان ان يكتسبها بوصـفه عضوا فى مجتمع »(١) . واوضح «بدنى » ان الثقافة : « هى مجموعة الانماط السلوكية والفكرية التى يكتسـبها الافراد من خـلال المجتمـع والتى يؤمن بهـا ويقرها افراد المجتمع ويكافحون من اجل اطاعتها »(٢) .

واقترح « كوبير » تعريفا للثقافة ، حاول فيـه أن يجمع معظم العناصر التى حظيت بموافقة علمـاء الاجتمـاع ، فاوضح أن الثقافة تتألف من انمـاط مستترة أو ظاهرة للسلوك المكتسب أو المنقول عن طريق الرموز ، فضـلا عن الانجازات المتميزة للجمـاعات الانسـانية ، ويتضمن ذلك الاشـياء المصنوعة ويتكون جوهر الثقافة من افكار تقليدية وكافة القيم المتصلة بهـا اما الانسـاق الثقافية فتعتبر نتاج السلوك من ناحية وتمثل الشروط الضرورية له من ناحيـة اخرى(٣) .

ويذكر « صلاح تنصوه » أن الثقافة هى الوجه الانسـانى من العـالم الطبيعى ، أو ما خلقه الانسـان وما يزال يخلقه ، وهى عتـادهواسلوبه فى غزو الطبيعة أو فى استجابته لهـا . فاذا كان العالم الطبيعى يزودنا بالمواد الأولية ، فان الثقافة هى التى تحدد اسلوب استثمار تلك المواد لخدمة مطالبنا ، وباختصـار انها اسلوب الحياة الذى ينطوى على معتقدات وعادات ومهارات ويتضمن البواعث والاهداف التى تحث الفرد والجماعة على المشاركة فى انشاء النظم والمؤسسـات المـادية والروحية . كمـا تحمل فى باطنهـا المبـادىء أو القيم والمقاييس التى تفرز بموجبها تلك الاساليب والنظم الثقافية نفسـها ويحكم عليها وتصـاغ الثقافة من مجموع جوانب فاعلية الانسـان على نحو ما يفصح عنها فى دينه وفلسـفته وفنه وعلمه ومن قبل ذلك فى لغتـه واساطيره وسحره وكما تتجسد فى نظمه وتقنياته(٤) .

ويشبه « حامد عمار » وظيفـة الثقافة فى الحيـاة الاجتمـاعية للافراد بوظيفة البوصلة فى عبور البحار أو اجتياز القفار باعتبارها اداة هامة لما يأخذ المرء أو يدع من اتجاهات ومسالك . وتتجلى الثقـافة بصـورة واضـحة فيما يصنعه الانسـان أو ينتجه من اشـياء ومواد وسلع ، وفيمـا يعتاده

---

(١) الطاهر لبيب ، سوسيولوجيا الثقافة ، الدراسات الخاصة ، معهد البحوث والدراسـات العربية ، القاهرة ، ١٩٧٨ ص ١٢ .

(٢) نقلا عن حسن الكاشف ، مرجع سابق ص ٤ .

(٣) قاموس علم الاجتمـاع ، ص ١١٠ .

(٤) صـلاح تنصوه ، مواجهة منهجية لقضية التراث ، الحلقة الدراسية لبحوث الاعلام فى مصر ، مرجع سابق ص ٢ .

من سلوك مع نفســه وعائلته ومحيطه وفيمـا يرغب فيـه ويحبـه ويؤثره ، وفيما ينأى عنه ويبغضه من دوافع وما يحبطه من مواقف ، وفيما يعتبره جميلا أو قبيحا وباختصــار تتجسد الثقافة فى واقع الحياة من خلال تعــامل الافراد والجمــاعات مع الطبيعة ومع بقيــة البشر . وبالتــالى فهى ليست افكــارا أو قيما مثالية وانمــا تنعكس فى الواقع المعاش الذى يصنعه الانسان(١) .

ويميز « فؤاد زكريا » فى تحديده لمعنى الثقافة بين ثلاثة معانى رئيســية للمصطلح(٢) :

المعنى الأول : وهو كل ما يضيفه الانسان الى ما يتلقــاه من الطبيعــة أو ما يجده فيهــا — فالانسان كنوع بخلاف الحيوان يقــوم بعمليــات تحوير واعادة تشــكيل للطبيعة ، وهــذه العمليــات يمكن ان تتخذ طابعا ماديا ، كما هو الحال فى الادوات المــادية التى يستخدمها فى الزراعة أو الصــيد مثلا ، او طابعــا معنويا ، كالقواعد التى ينظم بها مجتمعه ويتعامل بها مع الآخرين .

المعنى الثانى : فيكتفى بالجــانب المعنوى فقط ، وفيه تعنى الثقــافة العــادات والقيم التى يتميز بها مجتمع عن آخر واسلوب الحياة وطرق التفكير التى تســود حضــارة معينــة دون غيرها .

المعنى الثالث : وهو اضيق مما سبق وفيه تشــير الثقــافة الى النواتج الرفيعــة التى لا يبدعها ولا يتذوقها الا فئــة محددة من الناس داخل المجتمع الواحد كالشعر والموسيقى والفن التشــكيلى والكتابات الثقــافية بمختلف انواعها . وهــذا هو المعنى المستخدم عنــدما نتحدث عن انســان مثقف أو عن وزارة للثقافة تقوم برعاية النواتج الرفيعة ولا شــأن لها طبعا بالثقــافة بالمعنى الأول أو الثانى .

ومع صعوبة تبنى الدراسة الراهنــة بحكم طبيعتهــا الاعلامية للمعنى الأول — الواسع للثقافة ، الذى يشــير الى جوانبها المادية وغير المــادية ، أو المعنى الثالث المضــيق ، الذى يقصر معنى الثقافة على النواتج الرفيعة ، فان الدراســة الراهنة تأخذ بالمعنى الثانى للثقافة والذى يركز على الجوانب المعنوية ، ووفقا لذلك يقتصر فهمنا للثقافة هنــا على أســاس أنها تعنى :

---

(١) حامد عمار ، بعض محاور الثقافة القومية ، منتدى الفكرى العربى ، عمــان ، مارس ١٩٨٦ ص ١٢١ .

(٢) فؤاد زكريا وشاكر مصطفى ، الثقافة العربية والاعتماد على الذات ، المعهد العربى للتخطيط ، الكويت ، ١٩٨٨ ص ١٦ .

« اساليب الحيـــاة الشائعة لدى جمـــاعة او مجتمع معين والتى تظهر فى اقوال النـــاس وتصرفاتهم او عاداتهم وتقاليدهم خلال حياتهم الجمعية » .

ويفيد هنـــا ان نسلط الضـــوء على بعض جوانب الثقافة بهـــذا الفهم لما لذلك من علاقة بموضوع اهتمامنا :

١ — ان الثقافة ليست درجة من العلم يحققه الفرد أو درجة من التقدم يحققها المجتمع ، ولكنهـــا فى حقيقتها هى الإنســـان بكل مقوماته ومزاجه وميوله ورغبـــاته وعاداته ، وتقاليده .

٢ — تعمل الثقافة على تنظيم الحياة الاجتمـــاعية بشـــكل يوفر لأفراد المجتمع ما امكن من احتياجاتهم المعيشـــية وطرق الحصول عليها ، فهى بمثابة الموجه لسلوك الافراد والمحدد لردود أفعـــالهم فى المواقف المختلفـــة فى فترة زمنيـــة .

٣ — لكل كيـــان اجتماعى هوية او ذاتية ثقافية ، تشير الى اســـاليب الحياة المعاصرة السائدة فى هذا الكيـــان والتى تميزه عن اســـاليب الحيـــاة السائدة فى الكيانات الأخرى[1] .

٤ — الثقافة عملية تراكمية تاريخية . فالثقافة المصرية الراهنة مثلا ، هى نتـــاج لكل المؤثرات والتجارب التى مر بها الشعب المصرى عبر القرون المختلفة ومن ابرز مؤثرات هذه الثقافة ، المصـــدر المصرى القديم ، والمصـــدر اليونانى والرومانى ، والمصدر المسيحى ، والمصـــدر الاســـلامى ، والمصـــدر المملوكى والعثمـــانى مرورا بحمـــلة نابليون ، واسرة محمد على والاحتـــلال الانجليزى ، واخيرا المصـــدر العالمى المعاصر وخاصة المصدر الغربى[2] .

٥ — لا تتحدد التمايزات بين الثقافات المختلفة فى العنـــاصر والمكونات المؤلفـــة لكل ثقافة وانمـــا تتحدد فى العلاقات التى تقوم بين تلك العنـــاصر ففى كل الثقافات توجد العناصر او المكونات ذاتها ، الدين ، الزواج ، الحب ، عادات الطعام ، الملبس ، التعاون ، التفكـــير ... الخ . ولكن مع اختـــلاف المحتوى والوزن النسبى ، وطبيعـــة العـــلاقة بسائر العنـــاصر ، ذلك أن العنصر او المكون الثقـــافى لا يعمل بمفرده ككيـــان مســـتقل ، وانمـــا يعمل بواســـطة بشر يفهمونه ويفسرونه ويستخدمونه فى اتجـــاه دون آخر ، فيأخذ التفكير مثلا فى مجتمع طابعا عقلانيـــا وفى مجتمع آخر طابعا غيبيا وهكذا .

---

(١) عبد الهادى الجوهرى ، اصول علم الاجتماع ، القـــاهرة ، مكتبـــة نهضة الشرق ، ١٩٨٤ ص ٢٤٩ .

(٢) ســـيد عويس ، حول موضوع الذاتية الثقافية ، الحلقة الدراســـية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، مـــايو ، ١٩٨٣ ، ص ٢ .

٦ — أن الثقافة باعتبارها نظم حيـــاة ورؤى وعادات وتقـــاليد وقيـــم جمـــاعة من النـــاس يمكن اكتسابهاوتطبيع الافراد الجدد عليها وهنـــا تلعب مؤسســـات التنشئة الاجتمـــاعية كالأسرة ، والمؤسسات التعليمية والدينية ، والاتصـــال دوراً مهمـــا فى هذا المجال .

٧ — تخضع الثقافة لعمليـــات التطوير والتغيير بفعل متغيرات داخلية أو ما يحيط بهـــا من متغيرات خارجية(١) . وهذا لا يمنع أن تكون بعض مكوناتها من الثوابت نسبيا وبعضها من المتحولات المتلاحقة فى سرعتها النسبية . على أن عملية تغير المكون الثقافى لا يعنى القضاء نهائيا عليـــه واحلال مكون آخر عوضـــا عنه ، ولكن تعنى تبدل فى موقع المكون وزيادة أو تنـــاقص اهميتـــه والوزن النسبى له بالمقارنة بالمكونات الأخرى وفقـــا لطبيعة الظروف الداخلية والخارجية التى تحيط بالجماعة فى فترة زمنية معينة .

٨ — تنتقل الثقافة من مجتمـــع الى آخر ومن جمـــاعة الى اخرى من خلال عمليـــات الاتصـــال والاحتكاك . وخلال عمليـــة النقـــل يحدث تنـــافر أو صراع بين السمـــة الثقـــافية الوافدة والاخرى المحلية ، ووفقـــا لطبيعـــة وشروط الاحتكـــاك ، ونوعيـــة السمـــة الوافدة ، ومدى قوة أو ضعف البنيان الثقافى المحلى ، تتحدد نتيجة الصراع ، اما بالقبول والاندماج فى النسيج الثقافى المحلى او بالرفض وعدم القبول .

٩ — توجد دوائر مختلفة للثقافة ، فهنـــاك الثقافة الرئيسية يتبعهـــا كل افراد المجتمع ويعاقب كل من يخالفهـــا ، وهنـــاك الثقـــافة الفرعية التى تقتصر على نطاق جغرافى أو بشرى أو سلالى معين ، وهناك الثقافة الرسمية التى تتبناها الصـــفوة الحاكمة أو المثقفة وتعبر عن مصـــالحهم وطموحاتهم ، والثقافة الشـــعبية التى قد تعبر عن خط مضـــاد تماما للثقـــافة الرســـمية لتعكس آمال وأحلام الجمـــاهير المقهورة فى الغالب .

٢ — العلاقة بين الاتصـــال والثقافة :

تتداخل العلاقة بين الاتصـــال والثقافة وتتشابك الى الحد الذى جعـــل بعض الباحثين ينظر الى الاتصـــال والثقافة باعتبارهما وجهان لعملة واحدة . فقد أوضح « ادوارد هول » E. Hall فى كتـــابه عن اللغـــة الصامتة « أن الثقافة اتصـــال على اعتبار أن العادات والتقاليد والتراث والخبرات والقيم والمعـــارف المختلفة كلها تنتقل بين الاشخاص والجماعات والاجيـــال . وهذا

---

(١) على عبد الرازق الحلبى ، المجتمع والثقافة والشخصية ، دار المعرفة الجامعيـــة ، الاسكندرية ، ١٩٨٨ ، ص ٧٥ .

الانتقـال او النقل والتوصيل هـو ما يعطيهـا صـفة الاستمرارية والبقـاء فى الوجود(١) .

كذلك تعتبر طرق الاتصـال ذاتها جزء من الثقافة السـائدة ، فاللغـة والحركات والاشـارات والايماءات ... الخ . وهى عناصر ثقافية ، ادوات فى الوقت ذاته لنقل الثقافة وتوصـيلها ، وقد أوضح « مارشـال ملكلوهن » صاحب العبارة الشـهيرة « الوسيلة هى الرسالة » ان ادوات الاتصال جميعا تعتبر امتدادا لحواس الانسـان لها دورها فى تغيير هذا الانسان والتأثير على اسلوب حيـاته أى ثقافتـه(٢) .

كمـا يلتقى الاتصـال والثقافة فى أوجه كثيرة من ناحية ، نجد ان كل العمليات الثقافية لا تخلو من تفـاعلات اتصـالية ، وكل العمليات الاتصـالية لا تخلو من تفاعلات ثقافية(٣) ، وفى ذلك تشـكل الثقـافة معظم المضـامين التى تحملها العمليـات الاتصـالية ، كمـا يساهم الاتصال فى نشر المعارف ودفع عجلة الانشـطة الثقافية وفى انتفـاع الأفراد بصـفة عامة بالنتـاج الثقافى والمشاركة فى الحياة الثقافية(٤) .

ومع هذا التداخل بين الاتصـال والثقافة ، الا أن الاتصال بأنمـاطه المختلفة لا يمكن أن يعكس الثقافة او يكون بديلا عنها ، ذلك ان الثقافة اشمل وأعم من الاتصـال ، فهىتعكس الوجه الحضـارى للمجتمع ولها مجـالاتها المتعددة ، انها كمـا اشرنا من قبل اسلوب حياة الأفراد فى مجتمع معين فى حين ان الاتصـال وبالذات فى المجتمعالنامى ، يعكس وجهة نظر معينة وهى ليست بالتأكيد كل مشتملات الثقافة الموجودة فى هذا المجتمع .

وقد افضى تطور اسـاليب الاتصال ، وما احدثته التكنولوجيا الجديدة الى المزيد من التباعد بين الاتصـال والثقافة بمفهومها الاشمل . فقد وجهت اتهامات عـديدة الى اجهزة الاتصـال الحديثة باعتبارها اجهزة ساعدت على نشر وترويج الثقافة الرخيصـة بدلا من الثقافة الجادة التى تعبر عن صميم حياة النـاس فى المجتمع ، فهذه الأجهزة تقدم مواد اتصـالية على درجة عالية

---

(١) نقـلا عن ، أحمد أبو زيد ، الاتصـال ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨٠ ، ص ٣٢٦ .

(٢) وليـام ريفرز وآخرون ، وسائل الاعلام فى المجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ، دار الفكر العربى ، ١٩٧١ ، ص ٤٩ .

(٣) المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، الدورة السـادسة ، يونيو ١٩٨٥ ص ٩٥ .

(٤) سـعد لبيب ، الأمن الثقافى فى مجال العمل الاذاعى ، مجلة الدراسات الاعلامية ، اكتوبر / نوفمبر ١٩٨٧ ، ص ١٠ .

من التفاهة والضحالة والسطحية تعتمد فى الأساس على الاثارة والتشويق بدلا من العمق الأمر الذى أصاب الحياة الثقافية فى المجتمع الحديث بالعقم والانحطاط الثقافى(١) . وهو المعنى الذى أشار اليه « طه حسين » حينما سئل عن أثر أجهزة الاتصال الحديثة وبالذات الراديو والتليفزيون على الثقافة فكان رده أن أثرها كان سلبيا لأن البعد الذى اضافاه الى ثقافة الانسان كان سطحيا ولم يكن عميقا ، صحيح أن هذه الوسائل لا تخلو من جرعات ثقافية ولكنها ليست بالقدر الكافى من غذاء الفكر الذى يحتاجه عقل الانسان لبنائه الثقافى(٢) .

كما أفضت هذه الأجهزة ، بسبب تباين قدرات الأفراد على التعامل معها الى اتساع نطاق الهوة الثقافية فى المجتمع بين من يستطع التعامل مع هذه الأجهزة ، ويعتمد عليها فى غذائه الثقافى وبين من لا يستطيع التعامل معها لقصور امكانياته الشخصية او الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية ، وهى الهوة التى تساهم فى احداث التفكك الثقافى بدلا من الاندماج والتكامل

وأيا كان الأمر ، فان فهما أفضل للعلاقة بين الاتصال والثقافة لن يتحقق بعيدا عن فهم الظروف المحيطة بعمليات الاتصال وبناء القوة السائد فى المجتمع ، ذلك لأن عمليات الاتصال ، كما أشرنا سلفا تخضع للضبط والاحتكار والسيطرة والتوجيه من جانب جماعة الضغط وأصحاب النفوذ والمصالح فى المجتمع ، الأمر الذى يملى على قنوات الاتصال الاقتصار على التعبير عن هذه المصالح والاهتمامات دون غيرها مما يجعل الثقافة التى تحملها تمثل ثقافة نخبة معينة وليست ثقافة المجتمع ككل . وهذا يقود الى اهمية استخدام منهج التحليل الطبقى للاتصال ، وهو المنهج الذى يعتمد على المقولات الرئيسية التى تركز على آليات انتاج الاتصال للكشف عن الايديولوجيا التى تحاول الجماعات الاجتماعية المسيطرة سواء على مستوى المجتمع المحلى او القومى أن تطرحها من خلال وسائلها المتعددة فى تشكيل رؤى وقيم بعينها(٣) .

ان الاتصال وكذلك الثقافة نتاج لواقع موضوعى ، وافراز للاوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة فى المجتمع ومن ثم يتأثر كلاهما بهذه الاوضاع ، فالثقافة فى مجتمع ما تتأثر بالاوضاع السياسية والاقتصادية التى تسود هذا المجتمع فى حقبة معينة ، فتعلو بعض

---

(١) أحمد أبو زيد ، الاتصال ، مرجع سابق ص ٣٣١ .

(٢) نقلا عن ابراهيم السمان ، مقابل غير متوازن ، مجلة العربى ، مايو ، ١٩٨١ ، ص ٦١ .

(٣) نادية سالم ، الهوة بين وسائل الاتصال والهوية الثقافية الشعبية الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ٢ .

عناصرها على البعض الآخر أو تتغير أهداف بعض العناصر لتتلاءم مع الاوضاع الجديدة . ففى حقبـــة السبعينيات على سبيل المثال ، شهد المجتمع المصرى تغيرا فى التوجهات السياسية والاقتصـــادية ، وهى التوجهـــات التى اتجهت نحو تشـــجيع العلاقات الاقتصـــادية الليبرالية والاخذ بالاسلوب الراسمالى فى الادارة والحكم(١) . وقد واكب ذلك على الفور تغيرات فى البنـــاء الثقـــافى حيث سادت ، نتيجة لهذا التحول ، على قمة البناء الثقافى القيـــم المـــادية والاستهلاكية وتغيرت مستويات التقييم الشعبى ومعايير الحكم على الاشـــياء واخذت قيمـــة التعاون مثلا كعنصر ثقافى ، فى ظل هذا التحول اهدافا مغايرة للاهداف التى كانت تسعى لهـــا هذه القيمـــة فى فترة سابقة فالتعاون أصبح مع الظروف الجديدة ، ليس من أجل المجموع أو عمل الخير ، ولكن من أجل النفع الفردى وتحقيق النجاح بالطرق المشروعة وغير المشروعة .

ولعب الاتصال الذى كان اكثر تاثرا بهذه التحولات دورا تدعيميا ومساندا لهذه التغييرات فاصبحت الاشتراكية ، والقومية العربية التى كانت تروج لها قنـــوات الاتصـــال فى حقبة الستينيات . سببا للمعاناة اليومية للجمـــاهير ، والسد العالى رمز التحدى والصـــمود والارادة ، مســـئولا عن تدهور الارض الزراعية ، ومجانية التعليم مســـئولة عن تدهور التعليم والولايات المتحدة التى كانت تقدم الى الجماهير باعتبارها العـــدو اللدود ، أصبحت فى هـــذه الفترة الصديق الصدوق ، والانفتـــاح الاقتصـــادى ، أصبح ضرورى ، لأن الانغلاق سبب لنـــا الكوارث ، والمشروعات الحرة ينبغى تدعيمها لأن القطاع العام أثبت عدم جدارته . وعكست المضـــامين الاعلامية وبالذات تلك التى تحملها قنوات الاتصـــال الجمـــاهيرى القيم الفردية والمـــادية والاستهلاكية على النحو الذى كشفت عنه دراســـات تحليل المضمون لهذه القنوات(٢) .

وهكذا يصعب فهم العمليـــات الاتصـــالية والثقافية فى المجتمع بعيـــدا عن فهم الايديولوجيا الســـائدة ، ذلك أن الممارسة فى النهـــايةسوف تكشف عن

---

(١) للوقوف على عرض مفصـــل للاوضـــاع السـياسية والاقتصـــادية لهذه الفترة انظر : عادل حســـين ، الاقتصـــاد المصرى من الاســـتقلال الى التبعيـــة ، ج ١ ، ج ٢ ، ط ٤ ، القاهرة ، دار المستقبل العربى ، ١٩٨٢ .

(٢) انظر على سبيل المثال الدراسات التالية :

— نادية ســـالم ، أثر اعلانات الصحافة والتليفزيون على تغيير الذوق المصرى بعـــد سياسة الانفتاح الاقتصادى ، المؤتمر الدولى التاسع للاحصاء والحســـابات العلمية والبحوث الاجتمـــاعية والســـكانية ، المركز القومى للبحوث ، ابريل ، ١٩٨٤ .

— عبد الفتـــاح عبد النبى ،دور الصحافة فى تغيير القيم الاجتماعية ، رســـالة دكتوراه ، كلية الاعلام ،جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .

محاولات لتكريس مفاهيم هذه الايديولوجيا وتطويع العناصر الثقافية السائدة لصالح الايديولوجيا المسيطرة وأن طبيعة العلاقة بين الاتصال والثقافة سيتحدد على ضوء العلاقة التى تربط الفكر بالسلطة والجماعة الحاكمة ، والسيطرة الكاملة التى تمارسها السلطة على اوجه النشاط الاتصالى والثقافى ومن هذا المنظور نعتقد أن الاتصال يوظف لصالح منح السلطة اقصى درجة من السيطرة والتحكم فى مجالات النشاط الثقافى فى المجتمع .

بيد أن اللافت للنظر فى هذا المجال ، هو أن الجماعات المسيطرة فى المجتمع تتجه لصياغة ايديولوجيتها فى اطار من الثقافة الشعبية السائدة ، بعد محاولة تطويع عناصر هذه الثقافة وتجريدها من سياقها الشعبى واعادة تحقيق الترابط المصطنع معها فى شكل نسق فكرى جديد يعبر عن السلطة الحاكمة ويساعد على ذلك ، عدم تجانس وتناقض العديد من مكونات الثقافة الشعبية بفعل اختلاف المواقف والخبرات وتباين أوضاع المشاركين فيها فتنتقى هذه الجماعات من هذه المكونات الثقافية الجانب الذى يدعم مواقفها ويحقق مصالحها ويبرر شرعية ممارستها وتحاول ترويجها عبر اجهزتها ومؤسساتها المختلفة بما فيها أجهزة الاتصال(١) .

كما ان قنوات الاتصال التى تتولى من جانبها الترويج لايديولوجية الجماعة المسيطرة تستخدم العناصر الثقافية نفسها ليست فقط بهدف نشر وترويج رؤى ومواقف هذه الجماعة ، كما اشرنا توا ، ولكن ايضا بغية تحقيق اقصى قدر من التأثير والفاعلية لعملياتها ، ففى المجتمع المصرى على سبيل المثال يعتبر الدين هو احد المكونات الرئيسية للثقافة المصرية ، فقد عرف عن المصرى على مر العصور منذ اخناتون اول الموحدين تدينه الشديد وشغفه المستمر بالأمور الدينية وترديده الحكم والمواعظ الدينية(٢) .

وتدرك أجهزة الاتصال اهمية هذا العنصر ودوره فى تحقيق الاقناع والترويج لأفكار ورؤى الجماعات الحاكمة ، ولذلك تحرص هذه الاجهزة كل الحرص على افتتاح وانهاء برامجها بتلاوة آيات من كتاب الله والاهتمام باحياء المناسبات والاعياد الدينية والاكثار من البرامج والصفحات الدينية وخلال هذا الاهتمام يجرى التأكيد على أن الدين يحض على طاعة أولى الامر

---

(١)محمد عبد النبى ، ثقافة الفلاحين وايديولوجية الدولة ، مجلة دراسات اعلامية ، العدد ٤٤ ، يوليو / سبتمبر ، ١٩٨٦ ص ١٢٩ .

(٢) سيد عويس ، حول موضوع الذاتية الثقافية المصرية ، مرجع سابق ص ٥ .

(أى الحكام) والدين يرفض العنف والخروج عن النظام ، والدين يحرم البذخ والاسراف ، والدين لا يعارض تنظيم الاسرة الى غيرها من الافكار والمقولات التى تنزع من سياقها وتحورها لخدمة مصالح معنية .

كذلك ، فان الثقافة الشعبية تعلى من قيمة الاصل فتميز بين ذوى الاصول الوضيعة (الذون) وهم أولئك الذين لا ينتمون الى عائلات تحظى بمكانة أو سمعة طيبة وبين «أولاد الاصول» من ذوى الحسب والنسب(١). وتسعى قنوات الاتصال المختلفة للاستفادة من هذا العنصر الثقافى وتطويعه لصالح العملية الاتصالية فيحاول الافراد من مختلف الفئات فى تعاملهم مع الآخرين التأكيد على عراقة وسمعة وشرف العائلات التى ينتمون اليها ، كما تحاول اجهزة الاعلام الرسمية اتباع النهج ذاته حيث تفرط فى الحديث عن شرف مصر ، وعراقة مصر ، وأمجاد شعب مصر ، وبالطبع يقرن ذلك بشخص الرئيس باعتباره رمزاً لمصر .

كذلك ، تمجد الثقافة الشعبية البطل والبطولات(٢) . (أبو زيد الهلالى، عنتر بن شداد ، ادهم الشرقاوى ... الخ) فتتجه اجهزة الاعلام الى اضفاء هالة من التضخيم والمثالية على تصرفات السادة والزعماء ، وتخلع عليهم صفات البطولة والاحترام وتستخدم فى ذلك تعبيرات من قبيل الزعيم الملهم ، وبطل حرب اكتوبر ، وبطل الحرب والسلام ، صاحب الضربة الاولى الى غيرها من الصفات التى لها فعالياتها ووقعها فى اطار الثقافة الشعبية وهكذا .

على ان استخدام قنوات الاتصال لعناصر من الثقافة الشعبية لتدعيم عملياتها واضفاء الشرعية على ممارسات الجماعات التى تسيطر على هذه القنوات لا يعنى دوما نجاح الاتصال فى تحقيق اغراضه ، ذلك لأن انتزاع العنصر الثقافى من اطاره الطبيعى وتحويره للتاكيد على معانى معينة والتغاضى عن البعض الاخر ، يؤدى الى تشويه هذا العنصر ، واضعاف مقدرته على القيام باداء وظائفه الاصلية التى يؤديها فى نطاق الثقافة الشعبية . فالدين الذى يحث على اطاعة أولى الأمر يقرن ذلك بمواصفات وشروط يلتزم بها الحكام ، كما أن عراقة الاصل والنسب لها ايضا معاييرها فى الثقافة الشعبية وهى اما تحقيق المكانة والملكية والثروة ، أو الشرف والاستقامة وحسن الخلق كذلك فان البطولة والزعامة لها مواصفاتها وانجازاتها غير

---

(١) محمد عبد النبى ، مرجع سابق ص ١٢٧ .

(٢) حامد ربيع ، الثقافة العربية بين الغزو الصهيونى وارادة التكامل العربى ، دار الموقف العربى ، القاهرة ، ١٩٨٣ ص ٤٦ .

العادية ، فاذا لم تتحقق هذه المواصــفات ، تلاشت فاعلية استخدام العنصر الثقافى ، وهو الأمر الذى يتجاهله القائمون بالاتصال .

٣ — الاتصــال والانتشار الثقافى (البث المباشر) :

تؤدى بنــاء المناقشــة الســابقة للعلاقة بين الاتصــال والثقافة الى تنــاول وجه آخر لهذه العلاقة ، وهى الحــالة التى يقــوم خلالهــا الاتصــال بادخال مضامين ثقافية الى بيئة غير بيئتها الاصلية ، وهى العملية التى حظيت باهتمــام الباحثين وخبراء التنمية وتزايدت اهميتها فى الوقت الراهن بعد القفزة الهائلة التى تحققت فى مجال الاتصــالات وسهولة اتاحة المعلومات على نطاق الكوكب الأرضى كله واستخدام اقمــار الاتصالات التى تنقل ثقافات المجتمعات ذات الامكــانات الاقتصــادية والتكنولوجية الواســعة الى كل ركن من أركان الارض مما يترتب عليــه انتشــار ما يمكن أن نسميه بالثقــافة العــالمية على حساب الثقافات المحلية[١] .

وقد حاول « سروكن » وصف العمليــات المترتبة على الاحتكاك الثقافى بين الثقافات المختلفة وحدد هذه العمليــات فيمــا يلى[١] . :

١ — تتجه الأشكال الثقافية المتجانســة الى المرور بسرعة من ثقــافة الى اخرى .

٢— تتجه الاشــكال الأبســط والاكثر اهمية الى العبور بسرعة ايضا .

٣ — تواجه العناصر الثقافية غير المتجانســة بين الثقــافة المنقــولة والمتلقية صعوبة كبيرة فى الاندماج والتداخل .

٤ — تتصــارع القيــم الاكثر تناقضــا فى الثقافتين ، فاذا لم تكن ذات قوة متكافئة يضــعف أحداها الآخر ، بفعل استمرار الاتصال .

٥ — تندمج القيــم وبخاصــة المحــايدة منهــا ، ولكن لا يحدث ذلك بنفس السهولة التى تندمج بهــا القيم المتجانســة .

وبصــفة عامة يترتب على نقــل العنصر الثقــافى الجديد عبر قنــوات الاتصــال الى البيئــة المحلية حدوث حالتين من حالات التكيف وهما حــالة

---

(١) فؤاد زكريا وشاكر مصطفى ، الثقــافة العربية ، مرجع ســـابق ص ٢٧ .

(١) انظر فى ذلك :

Sorokin Pitiring, Society, Culture and Personality, Harper & Brother N.Y, 1947, . 758.

القبول أو حالة الرفض(١) . ففى حالة قبـول العنصر الثقافى الجديد تنشـأ مجموعة من العمليـات منها التعديل والتوافق والحذف والتكامل ... الخ . حيث يجرى فى مرحلة التعديل والمواءمة تفسـير السمات الجديدة وتصـورها على أسـاس منطق الثقافة القديمة فعلى ضـوئه تكون العنـاصر الجـديدة واضحة لأعضـاء الجمـاعة المتلقية ، كمـا لهـا أن تتعايش فى توافق مع الثقافة القائمة وأن تجد لها مكانا فيهـا .

ويترتب على توافق أو تلائم العنصرين الثقـافيين الى قيـام ظاهرة جديدة وهى المشـاركة أو التهجين بين الثقافتين يترتب عليها أن تنشـأ منهما ثقافة أخرى هجين تتعادل فيهـا العنـاصر الثقافية المختلفة . وبعـد مرور الوقت تحدث عمليات الحذف والتخلص من العناصر القديمة التى يكون العنصر الجديد قد ورث وظيفتها . ثم تأتى مرحلة التمثل الكامل التى يتم خلالها تذويب احدى الثقافتين واختفائها واحلال الثقافة الغـالبة محلها ، وتقع حالة الرفض بسبب عـدم المقدرة على تكامل العنصر الثقافى الجديد مع العناصر القديمة ، وعدم المقدرة على المغامرة وتقبل العنصر الوافد ، ورسوخ التقـاليد القديمة وشدة مقاومتها للاخذ بالافكار والاتجاهات الجديدة ، ووجود تمايزات وفروق اجتمـاعية ... الخ . وقد تأخذ حالة الرفض شـكل التجاهل من جانب افراد المجتمع أو الهروب المـادى والاغتراب أو قد تأخذ شـكل ثورة واضحة .

وأيا كانت نتـائج العمليات المترتبة على ادخال العنـاصر الثقافية الى البيئة المحلية ، فان الأمر الاكثر أهمية هنـا هو تلك الأوضاع التى خلقتهـا تكنولوجيـا الاتصـال الحديثـة وبالذات تلك الخاصـة بالبث المبـاشر عبر الأقمـار الصـناعية والتى فى إطارها تتاح الفرصـة واسعة لثقافة بعينها، هى ثقافة تلك المجتمعات التى تملك هذه التكنولوجيا للانتشـار على نطاق لم يكن أحد يحلم به فى أى عصر مضى والتواجد المستمر والمكثف والضـاغط على ثقافات أخرى محلية أصيلة ليست أمامها الا التلقى ، وتتضاءل أمامها فرص الاختيار والانتقـاء التى كانت تميز من قبل عمليـات الاتصـال الثقـافى بين المجتمعـات .

وفى ظل هذه التكنولوجيا الجديدة ، أصبح من الممكن للفرد العادى محدود الدخل خلال السنوات القلائل القادمة أن يمتلك مسـتقبلا صـغيرا للغـاية يمكنه من التقـاط ارسالا تليفزيونيا ملونا صـادرا من مكان يبعد عنـه آلاف

---

(١) جلال مدبولى ، الاجتمـاع الثقافى ، القاهرة ، دار الثقافة للطبـاعة والنشر ، ١٩٧٦ ، ص ٢٠٤ .

الأميـــال بدون الحاجة الى محطات التغذية المستعملة داخل البلدان المختلفة فى الوقت الراهن .

وقد بدأت أقمـــار البث المباشر منذ عام ١٩٨٩ أول عملها باعتبـــارها أقمارا للاتصـــالات والبث التليفزيونى ، وفى مصر استطاع قطـــاع الهندســـة الاذاعيـــة باتحـــاد الاذاعة والتليفزيون التقـــاط عـــدد من برامج قنـــوات الاقمـــار الاوربية التى تقع مصر فى نطاق اشعاعها ممـــا يشير الى امكانية استقبال بث هذه الاقمـــار وما يستجد مثيلا لها (القمر الاسرائيلى) بواســـطة هوائيـــات طبقية صغيرة رخيصة الثمن نسبيا(١) .

وقد لفتت قضـــية البث المبـــاشر وتأثيراته المرتقبة على المجتمع انتباه الكتاب والمعنيين بشـــئون الاعلام فى مصر منذ مطلع الثمانينيات(٢) وأثيرت هذه القضـــية على صفحات الصحف وفى عـــدد من الجلسات والندوات العامة . بيد أن المتتبع لسير المناقشات التى دارت حتى الآن حـــول هـــذه القضـــية وما ظهر من آراء وأفكـــار حولها ، يلاحظ تضارب هذه الآراء وتباين منطلقاتها وغلبة الطابع الانفعالى بعامة عليها ، وغيـــاب التحليـــل المتعمـــق والرؤية الشـــمولية التى تضـــع القضـــية فى اطارها الصحيح . فهناك من رحب بمقدم هذا البث ، ووجد فيـــه اثراء للثقافة الانســـانية وفرصة طيبة وميسرة للاطلاع على منجزات العصر ، وهنـــاك من أعرب عن مخاوفه وأثار فى ذلك قضـــايا لأمن الثقـــافى ، والغزو الفكرى والذاتية الثقـــافية التى ستتعرض للتهديد . وتناول فريق ثالث القضـــية من منظور سياسى ضـــيق وأعرب فى ذلك عن غبطته لما يتيحه البث المبـــاشر من فرصـــة طيبة للتخلص من احتكـــار السلطة للمعلومات ومن الممارسات المملة لأجهزة الاعلام المحلية .

وأيا كانت الطريقة التى عولجت بهـــا قضـــية البث المباشر وتضـــارب الآراء والتصورات المطروحة حولهـــا ، فانه يمكن بلورة ثلاثة اتجاهات اساسية حول هذه القضـــية من المفيـــد مناقشة كل منهـــا قبل أن نعرض لرأينـــا فى هذا الموضـــوع .

الاتجاه الأول : وهو الغالب ، ويتحدث أنصاره عن مخاطر البث المباشر على الثقافة المحلية وتتحدد الأفكار الرئيسية لدى أنصار هذا الاتجاه على النحو التـــالى :

---

(١) المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، الدورة الثامنة ، يونيو ، ١٩٨٧ ص ١٨٥ .

(٢) راجع على سبيل المثال تقـــارير المجلس القومى للثقافة والفنـــون والآداب ، ابتداء من الدورة الرابعة ١٩٨٢ / ١٩٨٣ وما يليها من دورات .

ان العالم الآن يقف على ابواب ثورة اعلامية جديدة والتى بدات طلائعها فى البث التليفزيونى المباشر ، وهو البث الذى يمكن أن يكون فى جانب من جوانبه تطورا خطيرا للبعثات التعليمية والتبشيرية التى كانت فيما مضى وسيلة الاتصال الفكرى بالشعوب التى كان يراد احتواؤها فكريا ووجدانيا ، ويقوم البث التليفزيونى المباشر بهذه المهمة بطريقة أعم وأسرع وابلغ اثرا بلا حاجة الى بعثات ومبعوثين فى هذا المجال . ومع هذا البث سوف تكون بلادنا مستهدفة لزحف فكرى جديد من جانب الدول التى تملك الاقمار الصناعية وهو الزحف الذى يستهدف تدمير الذاتية الثقافية للمجتمعات المحلية وفرض هيمنة الثقافة المغربية(١) .

وهكذا يبدو العالم وكأنه مقبل على فصل آخر من فصول التاريخ الاستعمارى ، تحاول فيه الدول الكبرى مرة اخرى السيطرة على الدول الصغرى غير الصناعية والتى تعانى من مشكلات الفقر وندرة الموارد ، فعندما قامت الثورة الصناعية فى اوربا لم يكن باستطاعتها أن تستمر سوى بوجود السكك الحديدية والبواخر التى سهلت نقل المواد الخام من المستعمرات الى المراكز الصناعية والامر يتكرر مرة اخرى فى ظل ثورة الاتصال الراهنة مع الفارق ، فبدلا من المصانع ، نجد بنوك البيانات واجهزة الكمبيوتر هى اليوم اهم اركان العصر الجديد ، وبدلا من السكك الحديدية والبواخر نجد الأقمار الصناعية هى وسائل المواصلات الحديثة ووسائل جمع البيانات والمعلومات وتوزيعها ايضا وهو ما يعزز علاقات التبعية ويشكل صفوة ترسل وكثرة تتلقى دولا تزداد غنى وتقدما ، واخرى تزداد فقرا وتخلفا(٢) .

ومع ان البلدان المتخلفة ، كانت وما زالت تخضع واقعيا لسيطرة اعلامية من جانب البلدان المتقدمة وان حجم تدفق المواد الاعلامية من جانب هذه البلدان الى الدول المتخلفة وفقا لتقارير اليونسكو هو نسبة ١٠٠ الى ١ اى ما يوازى مائة ساعة ارسال من الغرب الرأسمالى تقابله ساعة واحدة من العالم النامى اليه ، الا ان التطور الجديد فى مجال البث المباشر يحمل معه مخاطر اتساع نطاق هذه السيطرة الفكرية ، وفقدان القدرة على مقاومتها أو التحكم المحلى فيما هو وافد ، مثلما كان متاحا أو ممكنا على الأقل من قبل ، اذ سيجد الانسان العربى نفسه مثلا أمام مضامين وافدة

---

(١) مجلس الشورى تقرير لجنة الخدمات عن موضوع نحو سياسة ثقافية للانسان المصرى ، دور الانعقاد العادى السادس ، ديسمبر ١٩٨٥ ص ٢٤ .

(٢) حمدى قنديل ، الأبعاد الدولية لاستخدامات الاقمار الصناعية ، منتدى الفكر العربى ، عمان ، ١٩٨٦ ص ٦١ .

تحمل قيما وأفكارا مختلفة بلا رقيب يعطيه ما يشاء ويحذف عنه ما يشاء الا نفسه وضميره وقيمه ومبادئه ، ولن يكون لديه اختيار أو رغبة فى منع تسلل هذه المضامين الى بيته ، واذا كانت هذه المضامين تصل حاليا بطرق اخرى من خلال الاذاعات الاجنبية الموجهة ، والصحف الاجنبية دون مخاطر تذكر . الا أن الامر جد مختلف فى حالة البث التليفزيونى المباشر ، اذ ان اللغة فى الحالة الاولى كانت عامل حاسم فى الحد من انتشار تاثير هذه المضامين فى حين أن هذا العامل يعد أقل فاعلية فى الحالة الثانية ، حيث تعد الصورة هنا اكثر تعبيرا من اللغة من حيث التاثير .

لقد طرات بالفعل تغيرات حقيقة وملموسة فى جوانب هامة للثقافة المحلية منذ ظهور وانتشار السينما والتليفزيون والفيديو ومن امثلة ذلك ، ما طرأ على الفنون الشعبية وخاصة فى القرى وفى الطرز المعمارية المنتشرة فى المدن والقرى حديثا التى لا تلائم البيئة العربية ولا الروح العربية ، وفى الأغانى والموسيقى الحديثة وفى طرق ومظاهر السلوك اليومى للمواطنين ، المباشر ، الذى ستتجاوز تاثيراته حدود ذاته،لانه يصبح مع الوقت والاستمرارية والالحاح واعتبار الجمهور والمهارة الفنية نموذجا أصليا سرعان ما يستلهمه الجمهور المحلى(١) .

والمشكل هنا أن الثقافة المحلية فى وضع لا يتيح لها التعامل مع الثقافة الغربية الوافدة ، سواء فى نواتجها الرخيصة والمبتذلة وشديدة الاغراء التى تعكس مسالب الحضارة الغربية أو نواتجها الرفيعة شديدة الاتقان التى تعكس مظاهر تقدم هذه الحضارة ، فنواتج الحالة الاولى غير ملائمة ، وشيوعها مجلبا يهدد مسيرة التنمية ، وفى الحالة الثانية تعجز امكانيات الثقافة المحلية عن التعامل مع هذه النواتج ، والنتيجة الحتمية هى اعاقة مسيرة النمو الذاتى للثقافة المحلية ، وصعوبة الاعتماد على الذات فى الميدان الثقافى وتفشى حالة الاغتراب بصفة عامة لدى الافراد فى المجتمعات المتخلفة .

كان ما تقدم هو مجمل وجهات نظر الاتجاه الذى يتحدث عن مخاطر البث المباشر ، وواضح من سياق العرض أن هذا الاتجاه يجمع فى بوتقه واحدة أنصار مدرستى الانتشار والتبعية ، ورغم تباين منطلقات كلا المدرستين الا انهما معا يتجاهلان مناقشة الواقع الموضوعى المحلى وآليات التعرض المحلى للمضامين الوافدة أو المنتشرة ، فليس ثمة اهتمام مثلا لدى أنصار

---

(١) فريدة النقاش ، حول اشكال التبعية الثقافية والاعلامية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ١١ .

المدرستين لفهم السلوك الاتصالى للافراد فى المجتمع المحلى او طرق تعاملهم واستخدامهم لأجهزة الاتصال بعامة ، كما لا يلق بالا للقدرات المتاحة لدى الافراد فى المجتمع المحلى للتعامل مع المضامين الوافدة او للعمليات الانتقائية التى يقومون بها ، والتى تفترض ان الافراد لا شعوريا وفى اطار واقعهم الثقافى والاجتماعى الخاص يميلون الى تجنب او تجاهل او تحريف او نسيان مضامين معينة من اجهزة الاعلام وفضلا عن ذلك يتجاهل انصار هذا الاتجاه ، الحديث عن موقف اجهزة الاتصال المحلى ازاء البث المباشر ، واكتفوا فى ذلك بالحديث عن ضعف هذه الاجهزة وتبعتها .... الخ .

وأيا كان الأمر ، فان ما يهمنا هنا هو مناقشة المسلمات التى ينطلق منها انصار هذا الاتجاه فى تأكيد مخاوفهم من البث المباشر ، وأول هذه المسلمات ، هو التفوق الثقافى الغربى الذى يخشى منه على الثقافة المحلية ، وهذا أمر يصعب التسليم به فاذا كانت المجتمعات الغربية قد حققت تفوقا هائلا فى مجالات الاقتصاد والتكنولوجيا ، الا ان تفوقها فى المجال الثقافى والاجتماعى محل شك ، حيث تعايش هذه المجتمعات مشكلات اجتماعية وثقافية بالغة الخطورة ، ليس أقلها ما تعانيه من حالات اغتراب وانحلال أخلاقى وتفسخ أسرى ... الخ . ومن هذا المنظور الاجتماعى ، يمكن القول ان العديد من مجتمعات العالم الثالث ومنها المجتمع العربى يتفوق حضاريا على الغرب ، فالمراة المصرية مثلا ، تستطيع أن تسير فى شوارع القاهرة بعد الساعة الثانية عشر ليلا وهى آمنة فى حين ان المراة الغربية لا تستطيع أن تفعل ذلك فى شوارع نيويورك أو اية عاصمة أوربية أخرى ، كما أن بنية المجتمع العربى رغم ما اصابها من تشويه ، الا انها فى جوهرها ما زالت متماسكة وقوية وقادرة على العطاء والتحدى وتنعكس هذه الصلابة فى وقت الأزمات والشدائد(*) .

وثانى هذه المسلمات ، هو أن التليفزيون أشد خطرا واكثر تأثيرا من أساليب الاتصال الاخرى ، وهى مسلمة مشكوك ايضا فى سلامتها ، فضلا عن عموميتها ، ذلك أن التليفزيون لا يتحدد تأثيره بقدرته فقط على تقديم الصوت والصورة ، ولكن بعناصر ومتغيرات عديدة ليس اقلها النظرة الثقافية للجمهور الى التليفزيون والظروف المحيطة بانتاج وتلقى المضمون ، والثقافة الشعبية السائدة التى فى اطارها تفهم المعانى ودلالات المشهد التليفزيونى ... الخ .

(*) تأمل مثلا حالة الشعب المصرى فى حرب اكتوبر ١٩٧٣ ، والبطولات التى قدمها وما يزال الشعب اللبنانى والفلسطينى والعراقى ... الخ .

وترتبط ثالث المسلمات التى ينطلق منهـــا انصـــار التخويف من البث المباشر ، بالمسلمة السابقة ، حيث يأخذ انصـــار هذاالاتجاه بنموذج (المثير ـــ الاستجابة) والتاثير المبـــاشر والفوري للمضـــامين الاعلاميـــة ، فعنـــدما يكون هنـــاك رســـالة اعلامية يكون التاثير ، وهى التصـــورات التى كانت سائدة منذ ثلاثينيات واربعينيـــات هـــذا القرن ، وتجـــاوزتها بمراحل البحوث والنمـــاذج النظرية الراهنة(١) .

الاتجاه الثـــانى : ويشـــير الى هؤلاء الذين عبروا عن ترحيبهم بالبث المباشر . ويمكن بلورة موقف هذا الاتجاه على النحو التالى :

ان الاهتمـــام بالتراث الانســـانى ضرورة ، وان المجتمع ينبغى أن يتجه الى اثراء ثقافته بالاطلاع على النماذج الفريدة والانتاج الفكرى الانسانى فالعلم لا وطن له ، وان الحضـــارا تالمختلفة نقلت عن بعضها البعض ســـواء عن طريق الغزو فى اكثر الأحيـــان أو عن طريق اقتباس أفكار وتقنيات نافعة . واذا كانت الثقافة العربية تأخذ اليوم من الثقافة الغربية ، فان الثقافة الاخيرة ذاتها لم تتحرج يوما فيما مضى من استخلاص دعامتها الاساسية من الحضارة العربية بعبارة أخرى ، فان العلاقة بين المنطقة العربية بالذات وبين الغرب ، اعقد من أن تكون مجرد ازدواج حضـــارى ، وانمـــا هى علاقة تداخل وتشابك وثيق لا خوف منه أو تهرب من ملاقاته(٢) .

فالتلاقى والاختلاط الثقافى فى صـــالح ثقافتنـــا وليس ضـــدها ذلك أن الثقافات الغربية ، تتميز حاليـــا بجانبها العقلى من حيث أن هذا الجانب قد ازدهر فى ميـــادين العلم والتكنولوجيا وقدم لاصحاب هـــذه الثقافات منجزات سهلت عليهم الكثير من أمور حياتهم ، ولكن هذه الثقافة لم تقدم لأصحابها المعايير المستمدة من القيم الدينيـــة والتى تحول بينهم وبين اســـتثمار هـــذه المنجزات فى الاضرار بغيرهم ، ويعنى انخراطنـــا من خلال البث المباشر أو خلافه على هذه الثقافة تدعيم هـــذا الجـــانب الذى يضعف فى ثقافتنا العربية ونحتاجه بشدة فى مرحلة النهوض وهو التربية العقلية وتدعيم مركز العقل ، فاذا تحقق لنـــا ذلك ، فضلا عن ما تتميز به ثقافتنا الأصليةمن جوانب روحيـــة واخلاقية فان عناصر القوة والتقدم تث تعاد الى هذه البلاد(٣) .

---

(١) راجع الفصـــل الرابع الجزء الخاص بتطور بحوث التاثير من هذا العمـــل .

(٢) فؤاد زكريا ، آراء نقدية فى مشكلات الفكر والثقافة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٥ ص ٢٨ — ٢٩ .

(٣) محمد احمـــد خلف الله ، الدين كركيزة للثقـــافة العربيـــة ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ١٠ .

لقد اتجهت أمم كثـيرة للانفتـاح على الغرب ، وحافظت مع ذلك على ثقافتها ، واليابان والصـين والهند وغيرها أمثلة على هذا ، فاليابان رغم انفتاحها الشـديد على الغرب بعد هزيمتها فى الحرب العالمية الثانية ، الا أن المجتمع اليابانى لا يزال له خصوصياته الثقـافية التى تميزه عن المجتمعـات الغربية وتمكن هذا المجتمع بفضل قدرته المتميزة على المزاوجة بين الأصـالة والمعـاصرة من تحقيـق تقدما هائلا ادهش الغرب المنتصر ذاته واجبره على احترام ارادته(١) .

ويرى انصـار هذا الموقف انه لا مبرر للمخاوف القائلة بأن الغرب بفضل سيطرته على تقنيات الاتصال الحديثة سيقوم بتصدير أسوأ ما عنده خـلال البث المباشر . وليس العقلانية والرشادة العلمية التى اقاموا عليهـا تقدمهم وتحتـاج لهـا بلادنا ، وحجتهم فى ذلك لا تخلو من وجاهة فبافتراض أن ما سيصدره الغرب خـلال الافلام والمسلسلات التليفزيونية هو شرب الخمر ومعانقة الرجال للنسـاء ، والعرى والمجون والانحلال والفساد والعنف بكل صوره واشـكاله وغيرها ، فان من شأن ذلك أن يدفع نحـو مزيداً من التطرف والغلو الدنيى ، ومزيداً لمعـاداة الغرب ، ونمواً للحركة الاسلامية المناهضة لكل ما هو غربى ، وهو ما لا يريده الغرب أو يسعى اليـه ، وبالتالى ، فان المتوقع والاقرب الى التصـور ، هو أن ينصرف الغرب من منظـور التفوق والمصلحة ، فيسعى الى كسب رضـاء الشعوب الاخرى من أجل ايجاد منافذ لتوزيع بضـاعته وسلعه .

على أن باعثا آخر للترحيب بالبث المبـاشر، يكمن فى التأثير على الطريقة التى كانت وما تزال ، تستخدم بها الصـفوة السـياسية اجهزة الاتصـال المحلية ، فهذه الاجهزة ، اصبح لا هم لها سوى الدفاع عن مصالح هذه الصفوة وفى اطار ذلك يتم اخفاء أو تحريف أو تشويه المعلومات والاحداث ، واول تأثير للبث المباشر هو فك احتكار السلطة للمعلومات ، وانعدام فاعلية اخفـاء أو تمويه أو تسطيح المواد الاخبارية المقدمة الى الجماهير من اجهزة الاعلام المحلية أو محاولة هذه الاجهزة تبرير تصرفات معينـة واضـفاء هـالة من التعظيم والتفخيم والتأليه على القيـادات الحاكمة ، وهذا فى صالح الجماهير ، وفى صالح بلورة رأى عام واعى ناضج ، يستطيع التغيير والعمل فى اتجاهه .

---

(١) للمزيد من التفاصيل حول التجربة اليابانية فى الحفاظ على تراثهـا انظر :

أدوين رايشاور ، اليابانيون ، ترجمة ليلى الجبالى ، عالم المعرفة ، الكويت ١٩٨٩ .

كمـا قد يؤدى البث المباشر ، الى تنشيط قنوات الاتصال والثقـافة المحلية ، للقيـام بمهامها بصـورة افضل ، والرد على ما قد يحدث من آثار سلبية أو مضامين مضللة وافدة ، وفرصتها فى ذلك افضل بفعل متغيرات اللغة المحلية والتقـارب الثقافى .. الخ . وهذا كله من شأنه ان يساعد على التدعيم الثقافى وتقوية البيئـة الثقافية أكثر من تهديدها كمـا يفترض انصار التخويف والغزو الثقافى .

ومع وجاهة هذه التحليلات ، وروح التفاؤل التى نلمسها بصـفة عامة لدى انصـار هذا الاتجاه فى تناولهم لقضية البث المباشر ، الا أن ثمة تحفظ على بعض المسلمات والافكـار التى يسوقها هذا الاتجاه ، وأول هذه الافكار هو القول بأن العلم لا وطن له ، ومن ثم يمكن الاستفادة من منجزات وروائع الحضارة الغربية فى مجالات العلوم والفنـون والآداب ... الخ . لانها أصبحت ملكـا للبشرية جمعـاء ، والواقع ان العلوم وبالذات الانسـانية منها والفنون والآداب لها أوطانها ، وانها نتاج لمصـالح واهتمامات وايديولوجيات هـذه الأوطان ، وان دور ووظيفة هذه العلوم والفنون تختلف فى المجتمعات البشرية وفقـا لاختلاف الظروف الحضارية لكل مجتمع . وفى ذلك يذكر «عادل حسين» أن الزعم بعالمية العلوم الغربية لا يستند الى مشروعية معرفية أو تاريخية ، واذا كنـا نعترف بأن الغرب انشأ مدارس ممتازة بمعايير بيئتها وظروفهـا ، الا اننا هنـا نواجه اسـئلة غير اسئلة الغرب وظروفا غير ظروف الغرب ، وفضلا عن ذلك ، فان العلوم الغربية لا تعبر عن مضمون معرفى مختلف وحسب، ولكنها علوما غير محايدة ومعادية لنا ايضا(١) .

كمـا ان القول بأن الحضـارات المختلفة قد اخذت من بعضها البعض ، وأن الغرب ذاته قد أخذ من الحضارة العربية من قبل ... الخ . قول لا ينطبق على حالتنـا الراهنة ، ذلك ان اقتباس الحضارات من بعضها البعض كانت تحكمه ارادة المقتبس . فقد أطلع العرب على الحضارة اليونانية واخذوا منها ما شاءوا وتركوا ما شاءوا ، كذلك فعل الأوربيون مع الحضارة العربيـة . وحتى بعثات محمد على الى أوربا كانت موجه وارادية ، وعندما جاءالاحتلال الانجليزى ظل محصورا ومقاوما وينظر اليه على انه كذلك ، هـذه الارادة اصبحت مفتقدة فى حالتنـا الراهنـة فليس امامنـا حياد وانما فرض وهيمنة ومحاولة املاء رؤى وتوجهات بعينها فى ظل أوضـاع سياسية واقتصـادية واجتمـاعية بالغـة السـوء ولا تشـجع على المقـاومة والتحدى وهـو

---

(١) عادل حسين ، النظريات الاجتماعية الغربية قاصرة ومعادية ، فى اشـكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢٥٨ .

ما يتجاهله انصـــار هذا الاتجاه صحيح أن الثقافة المحليـــة كانت وما زالت صلبة وقوية ، كمـــا يرى انصـــار هذا الاتجاه ، ولكنها تعانى حاليـــا وضـــع الازمة بفضـــل مايحيط بها من متغيرات مجتمعيـــة ، يجعلها عاجزة عن الاداء ويضعها فى موقف الاستسلام . وهـــذا هو مكمن الخطـــورة فى قضية البث المبـــاشر .

واذا كان بعض انصار هذا الاتجاه يعبرون عن اغتباطهم من تأثير البث المباشر على الطريقة التى توظف بها السلطة السياسية اجهزة الاعلام ، وفقدان اهمية سيطرة الصفوة الحاكمة على هذه الأجهزة ، فضـــلا عن اجبار أجهزة الاعلام على تعديل ادائها الممل الراهن ، الا أن القضية تحتمل الوجه الآخر ايضـــا مما يقلب هذه الســـعادة الى اسف بالغ ، ذلك أن حاجة السلطة الى اجهزة الاعلام المحلية مع البث المباشر ، سوف تتزايد اكثر من ذى قبل ، لرغبتها فى استخدام هذه الأجهزة كســـلاح للتبرير والدفاع والمساندة ازاء ما قد يفد عبر البث المبـــاشر من مضـــامين ومعلومات معادية للسلطة الحاكمة الأمر الذى يحمل معه المزيد من السيطرة والتوجيه التى تفرضها السلطة عن أجهزة الاعلام المحلية وليس العكس كما يفترض انصار هذا الاتجاه .

الاتجاه الثالث : يأخذ انصـــار هذا الاتجـــاه ، وعلى نقيض الاتجاهين السابقين موقف التهوين من قضية البث المباشر ، ولا يجدون من هـــذا البث جديداً يستاهل كل هذا النقاش والمخاوف والترحيب ومنطقهم فى ذلك يتحدد فيمـــا يلى :

ان الإقمـــار الصناعية للاتصالات لا يمكن أن تقـــوم بالمعجزات فهى فى حقيقة الامر مجرد محطات للاستقبال والبث معلقـــة فى الفضـــاء ، أى انهـــا محطات للتقوية تنقل البث الى مستوى أبعد مما يمكن للشـــبكات الارضـــية أن تنقله ، وأن تجارب الماضى وكذا المشاهدات الواقعية والاحتمالات المستقبلية جميعها تشـــير الى ان الاستخدام التليفزيونى لاقمـــار الاتصـــالات يقتصر فى الاغلب على نقل الاخبار والاحداث الرياضية ، وان هذين اللونين من البرامج يصلا بالفعل حاليـــا عن طريق الراديو . وان اهتمام البث المبـــاشر بالبرامج الاخرى وبالذات التربوية او الثقافية يتطلب طاقة انتاجية هائلة ووقت طويل وميزانيات كبيرة ، وهذا ابعد ما يكون عن عقلية وتفكير الدول الكبرى لسبب بسيط هو أن هذه الدول تحكم اســـاسا حصارها الســـياسى والاقتصادى بل والثقافى ايضـــا على الدول الاخرى ، وأن المزيد من هذا الحصار من خلال البث المباشر ، على ما يتطلبه من نفقات هائلة ، سيعد تحصيل حاصل .

ان هذه المخاوف التى تثار حاليـــا حول البث المباشر ، اثيرت من قبل عند

ظهور الراديو والتليفزيون ثم الفيديو وتصــــور الكثيرون مع بدء الارســال التليفزيونى انه مارد جبار وان فيه نهاية العالم ، واتضــح عكس ذلك ثم تكرر نفس الموقف مع دخول الفيديو(١) وبافتراض ان التليفزيون المباشر سوف يقدم مضامين هابطة وخارجة ولا تتلاءم مع تقاليدنا وثقافتنا ، فان التليفزيون المحلى يقدم بالفعل مثل هذه المضـــامين ، منذ السبعينيات من هــذا القرن(٢) ورغم ذلك ومع تواجد روافد اخرى عديدة للثقافة الخارجية كالبعثات الخارجية . والافلام الاجنبية والمسلســلات والبرامج الاذاعيــة والتليفزيونيــة والكتب والموسيقى والاغانى الاجنبية ، فقد عجزت هذه الروافد حتى الآن على التاثير بفاعلية على الثقافة العربية المحلية او النيــل منها وتمس هويتهــا ، والبث المباشر لن يكون اقوى فاعلية من كل هذه الروافد .

واذا كان ثمة بعض المؤثرات للثقافة الغربيــة قد بدأت بالفعل تظهر فى الواقع الثقافى المحلى بفعل هذه الروافد الاجنبية ، الا ان الرد على ذلك يتحدد فى ان هنـــاك بعض العناصر الثقافية تقبل التغيير والتبديل بسرعة والبعض الاخر غير قابل لذلك ، وهذه نقطة مهمة ذلك لان حصـــاد الاختلاط بالثقـــافة الغربية وحصـــاد عهود طويلة من التبعية والنقل من هذه الثقافة ، فان بعض جوانب السلوك والقيم الثقافية هى التى تتغير فى حين ظل الجانب الاكبر من انمـــاط الحياة ، كمـــا هو وكمـــا كان يمايشــــها قدماء المصريون(٢) ، وقد اقتصرت هذه المظاهر التى شهدت بعض التغيير على الجوانب الخاصة بالزى والملباس وبالطعام وببعض الانشـــطة الفنية وضروب السلوك المختلفة ، وحتى تلك المظاهر ، محل نقد ومراجعة ورفض حاليـــا من جانب تيار كبير من الافراد فى المجتمع (الجمــــاعات الاسلامية) ومطالب هذه الجماعة فى مجال النقاب وارتداء الجلباب ، وعدم الالتزام بما يفرضه القانون وجوب اثبات الزواج فى محرر رســـمى والهجرة من المجتمع الذى اصابه الكفر ... الخ . وبخلاف ذلك بقيت عادات وتقاليـــد وعقائد دينيـــة هى هى دون تغيير وبالذات تلك العناصر الدينية التى ورد فيها حكم او نص قطعى من كتـــاب اللـــه وســـنة رســـوله ﷺ .

ومع كلّ ، فان المضـــامين الوافدة سعيا منهـــا لنيل المصداقية والتاثير لدى الافراد المحليين ستجد نفســـها مضطرة لمراعاة الواقع الثقافى الســـائد ،

---

(١) جيهان رشتى ، حديث منشـــور بجريدة الوفد .

(٢) على فهمى ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراســـية لبحوث الاعـــلام ، مرجع سابق ص ٢٢ .

(٣) سيد عويس ، حول موضوع تاكيد الذاتية الثقافية ، مرجع ســـابق ص ١٤ .

فهى ستعتمد على هـــذا الاطار من أجل تحقيق القبول لما تبثــه من مضـــامين يراد زرعها فى البيئة ، ويؤكد ذلك ، اهتمـــام الاذاعات الاجنبية الموجهة مثل مونت كارلو ، وهيئـــــة الاذاعة البريطانية ، والاذاعة الاسرائيلية وغـيرها بالجوانب الدينيـــة والاحتفـــال بالمناسبات الدينية الخاصـــة كالعيدين ورؤية الاهلة ومطلع الشهور الهجرية واستخدام المأثورات والاغانى الشعبية المحلية فى برامجها ، وذلك كله بغية جذب المستمع والتأثير عليه وكسب مصـــداقيته ادراكا منها بأن أدنى شك من جانب المتلقى تجاه هـــذه الاذاعات أو انتماءاتها وأغراضـــها سوف يجعل منهـــا عديمـــة الفـــائدة أيا كانت درجة جـــودة مضـــمونها .

وباختصـــار تبدو العملية لدى أنصار هذا الاتجاه على النحو التالى :

ما من مادة اعلامية تتجه لمخاطبة العقل الوجدانى الانســـانى الا وتحمل رسالتها أيديولوجيتها الضمنية معلنة أو خفيـــة ، وهى الايديولوجية التى تعبر فى خاتمة المطاف عن مصـــالح هذه الايديولوجية التى تعكس ورائهـــا مصـــالح معينـــة تتجه لمخاطبة جمـــاعات أخرى ومصـــالح قد تتفق أو تختلف معهـــا وفى حالة الاتفـــاق فليس ثمة مشـــكلة ، أما فى حالة الاختلاف فالاحتمال الاقرب الى التصـــور هو الا تقف هذه الجماعة المتلقية موقف اللا مبالاة والاستسلام وانمـــا تنهض تلقـــائيا للدفاع عن مصـــالحها بوســـائل مختلفة سواء بالرفض والاستنكار لمـــا هو معروض ومحاربته والرد عليه أو بالتعامل معه بلا مبالاة والفرجة عليه مما ينفى اية مخـــاوف من تأثيرات محتملة لقنوات البث المبـــاشر على الثقافة المحلية .

وواضـــح من السياق درجة التهوين المفرط لدى أنصار هذا الاتجـــاه من تأثيرات الاتصـــال ، وتجاهل أثر السيطرة عـ لى عملياته من جانب نخبـــة معينة « دولا أو جمـــاعات » واستخدامه فى تزييف وعى الآخرين(١) وبالذات اذا كان هؤلاء يعانون من مشكلات الفقر والجهل ، وتدنى الحس النقدى ، مثلمـــا هو الحال لدى الغالبيـــة العظمى من ســـكان البلدان العربيـــة . فضـــلا عن تجاهل التأثيرات التراكمية والممتدة وغير المباشرة لعمليـــات أجهزة الاعـــلام على رؤى ومعارف وتصورات الافراد فى المجتمع المحلى واذا كانت مخاطر أقمار البث الأوربى ، يمكن التهوين من مخاطرها على حد تصور أنصار هذا الاتجاه ، الا انه يصعب من المنظور الاستراتيجى للبلدان العربية التهوين من أثر القمر الاسرائيلى وبثه التليفزيونى المرتقب .

(١) لمزيد من التفاصـــيل أنظر :
عبد الباسط عبد المعطى ، الاعلام وتزييف الوعى ، القاهرة ، دار الثقافة الجـــديدة ، ١٩٧٩ .

وأيا كانت الاتجاهات والمواقف حول قضية البث المباشر فالثابت ، اننا ازاء تحدى حضارى جديدا بالغ الخطورة علينا الاستعداد له ومواجهته بكل همة وعزيمة واصرار ، والا فان العواقب وخيمة فى عالم متغير لا يعرف سوى لغة القوة .

ان القضية لا تكمن فى خطورة أو عدم خطورة البث المباشر أو هل هذا البث يفيدنا أم يضرنا ، أوهل نرحب بالثقافة الغربية أم نرفضها ؟ وانما القضية تكمن فى مدى قدرتنا على التعامل وشروط هذا التعامل مع الآخرين ، ذلك ان سيادة روح الانهزامية الراهنة والتعامل بلا مبالاة مع التطورات الجديدة فى مجال الاتصال ، يحمل معه مخاطر ضياع الهوية وفقدان القدرة على الابداع الذاتى ، والمبادرة وبالتالى الاستسلام للآخرين .

لقد اصبح من المستحيل فى ظل التطورات الجديدة فى مجال الاتصال الدعوة للانعزال عن العالم الخارجى ، فهذا اصبح امرا بالغ الصعوبة شئنا أم ابينا ، ولكن ما ندعو اليه حاليا هو الحاجة الى تدعيم قدرتنا على التعامل مع الآخرين ووضع قواعد للعلاقات معهم كى نمنع تحول التعامل الى سيطرة من جانب طرف على آخر ، وأول ما يتطلبه ذلك ، هو تحرير الارادة السياسية والاقتصادية أولا ، فمهما بدا لنا ان المشكلة ثقافية ، فان التصدى لها — فى رأى — يبدأ على المستوى السياسى والاقتصادى ، ففى ظل مناخ سياسى واقتصادى يتمتع فيه ا لاجنبى بامتيازات لا يتمتع بها ابناء البلد ، ويمجد فيه كل ما هو اجنبى ، لا بد أن يرسخ فى الشعور العام احترام مبالغ لكل منجزات الاجنبى المادية والفكرية(١) . وفى ظل مثل هذا المناخ يسهل على الأجنبى ان يبيع بضاعته المادية والفكرية على انها انتاج انسانى عام أو ثمرة التقدم التكنولوجى المادى الذى لا ينتسب لحضارة دون أخرى أو لثقافة بعينها دون غيرها ومن ثم يسهل اخفاء تحيزات الاجنبى الخاصة وميوله ونزعاته التى تطبع انتاجه المادى والفكرى على السواء ، ويقبل العربى على المضامين الاجنبية دون مساءلة كما يقبل المستهلك العادى على البضائع المستوردة دون أن يتساءل عن جدواها ، ولن يصلح فى مثل هذا المناخ الحجج التى يثيرها انصار التهوين من البث المباشر وبالذات تلك المتعلقة بقوة الثقافة المحلية وقدرتها على الفرز والتطويع ... الخ فهذا ابعد ما يكون فى مناخ سياسى واقتصادى تابع وتعوزه الارادة او الثقة بالنفس ولنضرب مثلا بسيطا : لنفرض أو هذا هو المتوقع ان تلجأ الدول المتقدمة

---

(١) جلال أمين ، بعض مظاهر التبعية الفكرية فى الدراسات الاجتماعية فى العالم الثالث ، فى اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، مرجع سابق ، ص ٢٤١ .

الى استغلال البث المباشر فى تكثيف الاعلانات التجـارية الموجهة الى البلدان الاخرى بهدف التوسع التجارى وترويج سلعها ومنتجاتها لدى شعوب هـذه البلدان ، وزيادة المستورد منهـا ، ولكن ما جدوى هذه الاعلانات اذا كان ثمة سياسية أقتصـادية صارمة تمنع استيراد هذه المنتجات ، أو فرض رسوما جمركية ناجحة عليها وتشجع المنتج المحلى ، فى مثل هذه الحالة تصبح الاعلانات عديمة الفائدة بمنظور العائد الاقتصـادى . وبمنطق العقلانية والرشـادة ، والمكسب والخسارة الذى يحكم تصرفات الغرب عموما ســتتوقف نشر هـذه الاعلانات عبر موجات البث المباشر .

وهكذا ، لا يمكننا الدخول فى تحدى حضارى أو ثقافى من نوع البث المباشر الا اذا اقترن بجهد مماثل من جانبنا على المستوى السياسى والاقتصـادى ، والجهد على هذا المستوى له ركائز ومتطلبات واولها ، الديمقراطية الحقيقية وبأوسع معانيها ، وقيـادة سياسية واعيـة ومقاتلة ، وتوزيع عادل للثروة والاعباء على الأفراد فى المجتمع ، ومشروع حضارى متكامل وغير متحيز ويحظى بالقبول والتأييد الشعبى هـذا على المستوى السياسى الاقتصادى .

وعلى المستوى الاعلامى ، تبدو اكثر اخطار البث المبـاشر واضحة على طريقـة اداء اجهزة الاعلام المحلى ، وقد أوضح البعض أن على هذه الأجهزة أن تطور من مضامينها وطريقة ادائها ، وتعمل بكافة السبل لجذب انتباه المتلقى وشدة الى برامجها بعيـدا عن البث الخارجى(١) . ونعتقد ان هذا هو التوجه السـائد حاليـا لدى المسئولين والعاملين فى المجـال الاعلامى ، والاستعداد يجرى على قدم وساق فى هـذا الاتجاه كوسيلة لمقـاومة البث المباشر ، وهـو توجه نراه بالغ الخطورة ، ويضر بمسيرة التنمية المستقلة ، فضـلا عن عـدم جدواه ، بالنظر الى الصـورة الذهنيـة الراسخة لدى الجمهور عن أجهزة الاعلام الرسـمية ، وضعف الامكانيات المادية والفنيـة لهذه الأجهزة .

وتتحدد خطورة هذا التوجه ، فى ان النزول الى مستوى الجمهور والعمل على جذب انتباهه بكافة السبل بعيـدا عن البث المباشر ، يفرض على أجهـزة الاعلام ، العمل على تحضير المتلقى ذهنيا وعاطفيا من خلال استعمال المقدمات والافتتاحيات والألحـان المثيرة كنوع من الجذب واستخدام المنبهات التى تعمل على شد انتباه الافراد كالعناوين الصحفيـة المثيرة والوان الطباعة والتصميمات والرســوم المصاحبة والبرامج الشعبية والافلام الخيالية ... الخ . باختصار

---

(١) راجع على سبيل المثال ، توصيات المجلس القومى للثقافة والفنـون والآداب والاعلام ، الكتاب رقم ١٨١ ، الدورة السـادسة ، يونيـو ، ١٩٨٥ ص ٢٠٢ .

ستتجه هذه الاجهزة الى تقديم كل ما يجد هـوى لدى الجمهور ، وهـذا يعنى التخلى عن الجدية والموضوعية التى ندعوا لها فى الممارسة الاعلامية واتجاه الممارسة الاعلامية نحـو المزيد من الاثارة والالـوان الصـارخة والمؤثرات الموسيقية والمضـامين الترفيهية والرخيصة ، وانخراط اجهزة الاعلام المحلية ، فى ممارسة من هذا النوع ، يعنى خروجها من دورها الريادى والمتوقع فى الاخذ بيـد الجمهور من حالة الركود والانحدار والاستسلام الى حالة العمل والانجاز والطموح وعجزها عن المساعدة فى دعم المشروع الحضارى المشـار اليـه آنفـا .

والمدخل للخروج من هـذا المأزق ، كما هو الحال على المستوى السياسى الاقتصـادى ،له ركائز ومتطلبات ايضـا اهمها :

١ — العمل الجماعى العربى فى المجال الاعلامى ، فأى دولة عربية ، مهما كانت قدراتها الذاتية لن تستطيع بمفردها مواجهة آثار البث المبـاشر ، ويتطلب هذا العمل الجماعى المشترك ازالة كافة القيـود والعقبات التى اعاقت حتى الآن تحقيق الاستفادة الكاملة من القمر الصناعى العربى (عربسات)(١). والعمل على تطوير هذا القمر تكنولوجيا ، ليتوافق مع نوعيـة البث المبـاشر الصالح للاستقبال بهوائى صـغير قطره من ٦٠ سـم الى ٩٠ سم ، ومن شأن ذلك ، شغل حيز القنوات الفضائية الذى تحدده الاتفاقيـات الدوليـة للمنطقة العربية ، وعدم تركها للاقمـار الاجنبية وبالتالى القدرة على مواجهـة آثار البث المبـاشر الاجنبى ، ودعم الانتـاج الذاتى للمـوارد الاعلاميـة أى الانتـاج الذى تتولاه هيئـات ومؤسسات قوميـة ومحلية وتنشـيط عمليـة تبادل وتسـويق الانتاج الاعلامى بين المجتمعات العربية مما يوفر التمويل الكافى للتعاون وانتاج برامج راقيـة تستطيع الدخول فى منافسة مع البرامج الوافدة

٢ — العمل على كسب ثقة الجمهور باجهزة الاعلام المحلى ويتاتى ذلك ، من خلال البعد عن الذاتية المفرطة فى معالجة المضـامين الاعلامية ، والاتجاه نحو العرض والتحليل الموضوعى للمشـكلات بمايسـاير واقعة المعـاش ، ويتفق مع احتياجاته والكف فورا عن اخبار المجاملات والبروتوكولات وتضخيم وتأليه البعض بلا مبرر او محاولة اخفاء الحقائق وتزييف الوعى بها ، حيث لم يعد هنـاك مجال لمثل هذه الممارسة فى الوقت الراهن .

٣ — العمل على تحقيق المشاركة والتكـامل بين قنـوات الاتصـال الجماهيرى الرسـمية وبين قنوات الاتصال الشخصى فى المنـاطق المختلفة .

---

(١) للوقوف على العوامل التى اعاقت الاستفادة الكاملة من هذا القمر ، راجع مناقشات الندوة التالية : القمر الصناعى العربى بين مشكلات الارض وامكانيات الفضـاء ، منتدى الفكر العربى ، عمـان ، مارس ١٩٨٦ .

ومن شأن ذلك سـد الفجوة الحالية بين هذه القنوات ، والتى يمكن أن تنفذ منهـا المضـامين الوافدة ، وقد يبدو أن تحقيق مثل هذا التكامل عملية صعبة ، ولكنهـا ممكنة ، من خلال توفير منـاخ الحرية ، وحق الاتصال ، والتفاف الأفراد حول هدف قومى يسعون الى تحقيقه ... الخ . وسوف نسعى خلال العمل الميدانى القـادم الى تلمس امكانية تحقيق مثل هذا التكامل على أرض الواقع .

الفصل السادس

حـــول إجراءات العمل الميدانى

الفصل السادس

حول اجراءات العمل الميدانى

نحاول فى هذا الفصل ، تحديد اهداف الدراسة الميدانية وتساؤلاتها والاساليب المنهجية المستخدمة لانجازها بالاضافة الى تقديم وصف عام لمنطقة البحث محل الدراسة وهى احدى القرى المصرية ، وبيان دوافع اختيار هذه القرية وبعض الخصائص المميزة لها من حيث الموقع ، وعدد السكان والنشاط الغالب ومؤسسات الخدمات المتوافرة بهذه المنطقة ... الخ .

١ — اهداف الدراسة الميدانية :

(أ) وصف وتشخيص بنية الاتصال الراهنة بالقرية المصرية وتحديد مكونات هذه البنية والتغيرات التى طرأت عليها والعوامل الفاعلة فى هذا المجال .

(ب) قياس درجة اعتماد القرويين على انماط الاتصال المختلفة وقدرة كل نمط على تزويدهم بالمعارف والمعلومات المختلفة .

(جـ) الوقوف على مدى تغلغل أدوات الاتصال المختلفة بالقرية ، واسلوب تعامل القرويين مع هذه الأدوات ورؤيتهم لها .

(د) الكشف عن فاعلية اساليب الاتصال المختلفة بالقرية ، وتحديد مراكز وادوار كل منها على ضوء التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التى عايشها الريف المصرى فى السنوات الأخيرة .

(هـ) الكشف عن مجالات التأثير التى احدثتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الجوانب المادية وغير المادية فى الثقافة الريفية .

(و) استشراف رؤية مستقبلية لواقع العملية الاتصالية فى القرية المصرية ، على ضوء معطيات الواقع الراهن واحتمالات التغير المستقبلية .

٢ — تساؤلات الدراسة :

وتطرح هذه الاهداف مجموعة من التساؤلات يسعى العمل الميدانى الى توفير اجابات محددة عليها ويمكن بلورة هذه التساؤلات فيما يلى :

١ — ما هى المكونات الحالية لبنية الاتصال فى القرية المصرية ؟ وما مدى تأثر هذه البنية بالتغيرات التى طرأت مؤخرا على القرية المصرية ؟؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسى مجموعة التساؤلات الفرعية التالية :

(أ)ما هى اشـــكال واساليب الاتصـــال المختلفة بالقرية المصرية ؟

(ب) ما هى ادوات الاتصـــال الاكثر رواجا وانتشارا بين القرويين ؟

(جـ) كيف يتعامل القرويون مع ادوات الاتصـــال المختلفة ؟

(د) ما هى رؤية القرويين لكل اداة ، وما دورها فى حياتهم ؟

٢ — ما مدى تاثير دخـــول اجهزة الاتصـــال الحديثـــة الى القرية على انمـــاط الاتصـــال التقليدية بهـــا ؟

٣ — ما حقيقة التاثيرات الثقافية التى احدثها اجهزة الاتصـــال الحديثة فى القرية المصرية ؟

٤ — ما تاثير ثقافة القرويين ذاتها على اجهزة الاتصال الحديثة ؟

٥ — الى اى حد يلبى نظام الاتصـــال الحالى بالقرية المصرية الاحتياجات الاعلامية للقرويين ؟ وما هى اوجه القوة او جوانب القصور فى هـــذا النظام ؟

٦ — ما مدى امكانية قيام نظام للاتصـــال المحلى يعمل بالتكامل والتنسيق مع نظام الاتصـــال المركزى ، ويمكن من خلاله تلبية الاحتيـــاجات الحاليـــة والمستقبلية للقرية المصرية ؟

٣ — الرؤية النظرية ومستويات التحليل :

تنطلق الدراسة فى تحقيـــق اهدافهـــا والاجابة على ما يثيره البحث من تســـاؤلات من تصور يرى أن فهم وتحليل العلاقة بين تكنولوجيا الاتصـــال والثقافة فى القرية المصرية ينبغى ان يتم فى ضـــوء الابعاد التالية :

(أ) ان البنيـــة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للقرية المصرية قد شهدت فى السنوات الأخيرة مجمـــوعة من التغيرات التى تركت بصماتها الواضحة على بنيـــة الاتصـــال بالقرية المصرية . فعلى المستوى الاقتصـــادى ، تزايد ضغط السكان على عنصر الارض الى الحد الذى أصـــبح معه هـــذا العنصر غـــير قادر على تلبية الاحتياجات الأساسية للقرويين من الغذاء وبالتالى تزايد اعتمادهم على المدينـــة فى تلبية هذه الاحتياجات يضـــاف الى ذلك ، ضعف الاستثمارات الموجهة للعمل الزراعى والتى لم تتجاوز فى السنوات الاخيرة معدل (١٢٪) من اجمالى الاســـتثمارات القوميـــة(١) . واستمرار تعبئة الفائض الزراعى على قلته — لصـــالح ســـكان

---

(١) انظر فى ذلك :

مجلس الشورى ، السياسة الزراعية ، تقرير لجنـــة الانتاج والقوى العاملة ، دور الانعقاد العادى الثانى ، ١٩٨٢ .

المدينة ويتمثل ذلك بصورة واضحة فى سياسة التسعير غير العادلة للحاصلات الزراعية ، وتعدد أنواع الضرائب المفروضة على الفلاح ، وقد أفضى ذلك مع غيره من العوامل الى مجموعة من الظواهر والمشكلات التى أصبحت تشغل بال القرويين ومنها : قلة العائد من العمل الزراعى وضعف قيمة الارض الزراعية ، وتزايد الميل الى الاعتداء عليها بالتبوير أو التجريف والبناء واختلال سوق العمل بالقرية ، وارتفاع أسعار العمالة الزراعية وتزايد الميل الى الهجرة او امتهان مهن أخرى غير العمل الزراعى .

وعلى مستوى البنية الاجتماعية ، تمثلت اهم التغيرات فى أساليب الحراك المشروعة وغير المشروعة لبعض الفئات الاجتماعية وهامشية بعض الشرائح الاجتماعية ، والتغير فى تركيب الأسرة الريفية وادوار المراة الريفية ، وعلى المستوى الثقافى ، نجد ان انساق القيم الاجتماعية على مستوى كثير من مكونات بنية القرية بدأت العمل المنتج والتعليم والتعاون والمزاملة ، والعمل الجماعى تعانى من الاضطراب والخلط والصراع والتى اثرت سلبا على العمل المنتج والتعليم والتعاون والمزاملة ، والعمل الجماعى والاستقرار بالأرض ... الخ .

وتؤثرهذه التغيرات علىجوانب عديدة منمكونات البنية الاتصالية بالقرية المصرية ، فالقول مثلا بوجود حراك اجتماعى لبعض الفئات الاجتماعية ، يعنى وجود تغير واضح فى أساليب التعامل والتخاطب والتفاعل بين الفئات الاجتماعية وتزايد المقدرة الاتصالية لبعض الفئات وتغير فى مراكز وادوار قادة الراى التقليديين بالقرية ، كذلك فان الحديث عن قلة العائد الزراعى وتزايد اعتماد القرية على المدينة فى تلبية متطلباتها الاستهلاكية يعنى تغير فى الاحتياجات والاهتمامات الاساسية للقرويين وهى جوانب فاعلة فى تحديد مجريات العملية الاتصالية . كما تؤثر التغيرات القيمية المشار اليها ليس فقط على فهم واستيعاب القرويين لما يثار من مضامين اعلامية عبر وسائل الاعلام المختلفة ، ولكن فى التعرض أصلا لهذه الوسائل ، والاقبال على نوعيات معينة من المضامين الاعلامية المثارة خلالها .

(ب) اتساع نطاق انفتاح القرية المصرية على العالم الخارجى فبعد التطورات التى لحقت بالمجتمع المصرى ، وبالذات فى الحقب الأخيرة أصبح من المتعذر حتى على المستوى الاجرائى وضع حدود فاصلة للتمييز بين القرية المصرية والمدينة وأصبح الحديث شائعا عن

ظاهرة تريف المدن وتحضر الريف وذلك نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة والتعليم وغيرها التى فى اطارها تزايد ارتباط الريف بالمدن ، فلم يعد الريف المصرى معزولا عن حياة الحضر بالصورة التى عرفتها مصر قبل عام ١٩٥٢ واصبح من المألوف أن نرى الضغط على وسائل المواصلات المتجه من القاهرة والمدن الكبرى الى الاقاليم فى الاعياد والمواسم وأن نرى الآن العديد من العادات الاستهلاكية الحضرية وقيم المدينة التى حملها المهاجرون الريفيون انفسهم الرائحون الغادون من الريف والمدينة ، كما حملها العائدون من الهجرة المؤقتة للعمل فى خارج مصر وتزايدت حركة المواصلات والاتصالات بين الريف والمدينة نتيجة لعمليات تحسين الطرق وتزايد وسائل النقل ودخول الكهرباء وانتشار اجهزة الاعلام وعلى راسها التليفزيون واجهزة التسجيل بل والتليفون فى العديد من القرى .

هذا الانفتاح الخارجى وتزايد حركة انتقال القرويين من والى القرية المصرية ، يعنى انتفاء العديد من التصورات التقليدية التى ظلت راسخة لدى بعض الباحثين حول انعزال القرويين وجمودهم وانخفاض مستوى طموحاتهم وعدم تقبلهم للتحديث ... الخ . كما يعنى من ناحية اخرى ظهور احتياجات اعلامية جديدة ، تؤثر بالضرورة على ادوار ومراكز اساليب الاتصال المختلفة بالقرية .

(جـ) ان جانبا كبيرا من المضامين الاعلامية المتجهة نحو الريف عبر اجهزة الاعلام الرسمية ، يجرى اعداده وصياغته من أعلى فى المركز ، وبعيدا عن مشاركة القرويين أو مراعاة لواقعهم ومتطلباتهم الفعلية مما يضعف فاعلية هذه المضامين وقدرتها على تحقيق وظائفها على أرض الواقع من ناحية ويقلل من اعتماد القرويين عليها ويدفعهم بالتالى الى أقامة نظامهم الاتصالى الخاص بهم والمنعزل عن نظام الاتصال المركزى من ناحية أخرى .

(د) ان فهم تأثيرات الاتصال على الثقافة المحلية لا يتسنى مع النظرة الانية والجزئية لهذه التأثيرات ، والانهماك فى بحث تأثير وسيلة بعينها وتحديد العوامل الوسيطة التى تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد فى الدراسات الاعلامية(١) . وانما يمكن أن

---

(١) انظر فى ذلك :

عبد الفتاح عبد النبى ، البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراسة تقويمية ، تقرير فرعى اعد فى اطار بحث الاعلام ومستقبل القرية المصرية =

يتم هذا الفهم بصـــورة افضل مع النظرة المتكاملة والممتدة لنســق الاتصـــال ككل فى مجتمع القرية . وان هذه التاثيرات قد تتفاوت بين التدعيم والتغيير الجزئى المحدود والتعبئـــة العـــامة والتغيير الشامل لـــا هو سائد من اسلوب حياة فى المجتمع المحلى .

وعلى ضـــوء ما تقدم يمكن تتبع وقياس اثر دوات الاتصال الحديثة على الثقافة فى مجتمع القرية وفقا للمستويات التالية :

(أ) مستوى مجتمع القرية ككل :

وفى هـــذا المستوى يتم الأخذ فى الاعتبـــار تاثير اجهزة الاتصـــال على المجالات التالية :

١ — الشـــكل المعمارى للقرية .

٢ — العـــادات والتقاليد .

٣ — الانتاجية وســـوق العمل .

٤ — بنـــاء القوة والنفوذ داخل القرية .

(ب) مستوى الأسرة :

وفى هـــذا المستوى يجرى بحث تاثير الاتصـــال على الجوانب التالية :

١ — العلاقات الاسرية .

٢ — الأدوار داخل الأسرة وبالذات دور المراة .

٣ — الخصوبة والانجاب .

٤ — العـــادات الغذائية .

(جـ) مســـتوى الفرد :

وفى هذا المستوى يتم بحث الجوانب التالية :

١ — مستوى الطموح الفردى .

٢ — درجة الانفتـــاح على الآخرين .

٣ — الوعى بالحقوق والمشـــاركة .

٤ — قيمة العمل والرغبة فى الانجاز .

= الذى يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائيـــة ، قسم بحوث الاتصـــال الجماهيرى (تحت الطبع) .

٤ — المجـــال الجغرافى (منطقة البحث) :

تقرر اجراء الدراســـة الميدانية بمحافظة الغربية ووقع الاختيار تحديدا على قرية « تطاى » ، مركز الســـنطة ، محافظة الغربية ، وجاء هذا الاختيار العمدى للمبررين التاليين :

الأول : تأثرت قرية « تطاى » بظروف التغيير التى شـــــهدها المجتمع المصرى والمنـــاطق الريفيـــة فى الحقب الاخيرة ، وبالذات فيما يتعلق بالانفتاح والهجرة والتنقل وارتفـــاع نســـبة التعليم ، وسهولة المواصـــلات ، وتغلغل اجهزة الاعلام ... الخ . وانخفضت بهـــا نســـبة العـــاملين بالزراعة الى ما يقرب (٥٠٪) وارتفعت فى المقابل نسبة المشتغلين بأنشطة اخرى كالتجارة ، والخدمات والمقاولات والصناعات الحرفية ... الخ . وهى بذلك تعد نموذجا واقعيـــا لحالة التحول التى تشـــهدها العديد من المناطق الريفية على مستوى الجمهورية فى الوقت الراهن .

والثـــانى : قرية تطاى ، هى قرية الباحث وموطن نشأته وقضى بها أكثر من نصف سنوات عمره ويتردد عليها بين الحين والآخر ، حيث تقيم عائلتـــه وأقرباؤه وهو بذلك يدرك عن قرب ظروفها ومشكلاتها وما يقع فيها من تفاعلات وتغيرات ، وربمـــا يكون ذلك مأخوذا عليه احتمـــالات التحيز والفهم الذاتى للامور وصـــعوبة فصـــل الباحث فى هذه الحالة بين دوره كباحث ودوره كأحد افراد مجتمع البحث ، أو عدم استثارة حواس الباحث لملاحظة الكثير من الأمور التى يأخذها — نتيجة التعود عليها كوقائع مسلم بها ، بينما فى المناطق الغريبة عليه ، يكون كل شىء جديدا على الباحث ، وبالتالى يكون أكثر مدعاه للاستثارة والاهتمـــام ، وهو الأمر الذى يثرى العمل الميدانى ... الخ .

على أن ذلك لم يكن ليثنى الباحث عن اختيار القرية التى ينتمى اليها ، فقـــد ساعد هذا الاختيار على تفادى مشكلات كثيرة كان يمكن أن تهدد ســـير البحث وفى مقدمتها ، توفير الوقت والمـــال والجهد ، بالنســـبة لباحث يجرى دراســـة بمفرده وعلى نفقته الخاصـــة ، وتتطلب التواجد بالقرية لمدة طويلة نســـبيا ، ثم تخطى الصعوبات الخاصـــة بتوطيد الصـــلة بالمبحوثين ، وكسب ثقتهم ، والتغلب على المقاومة والشـــك التى تواجه عادة جامعى البيانات بالاضافة الى معرفة الباحث الشخصية بالقرية ممـــا يسهل فرص الالتقاء والزيارات والحوارات مع الأفراد بصـــورة طبيعية وبلا افتعال كمـــا يساهم بعد الباحث عن القرية واقامته خارجها لمدة تقرب من ١٥ عاما فرصـــة طيبة لادراك مظاهر التغيرات التى حدثت فى طرق وأساليب الاتصال بالقرية ، وفى تلافى أية مجاملات والرغبة فى ارضـــاء الباحث أو تقديم ما يرضى الســـلطات

من معلومات على النحو الشائع والمعروف فى طريقة تعامل القروى مع ما يعتقد أنهم مندوبوا الحكومة أو افندية المدينة .

وفى مقابل ذلك ، يؤدى الاختيار العمدى للقرية التى ينتمى اليها الباحث الى انتفاء القدرة على التعميم ، ويظل ما يتوصل اليه من نتائج مقتصرا على على قرية البحث محل الدراسة كنموذج أو حالة للقرى التى تتشابه معهـــا فى خصـــائصها العامة .

بعض الخصـــائص المميزة لقرية البحث :

تقع قرية « تطاى » فى النطاق الجغرافى لمركز السنطة التابع لمحـــافظة الغربيـــة وتبعد عنه مسافة خمسة كيلو مترات جنوبا ويربط بينها طريق ممهد يمتد بمحاذاة بحر شبين الكوم ، وتبعد عن طنطا عاصمة المحافظة بمسافة ثلاثة عشر كيلو مترا فى اتجاه الجنوب الشرقى منها خمسة كيلو مترات غـــير ممهدة ابتداء من قرية « شبرا قاص » التى تقع على طريق المعاهدة الذى يربط مدينة طنطا بزفتى ثم الزقازيق ، وتقع القرية الى الشمال الشرقى من مدينة بركة السبع التابعة لمحافظة المنوفية وتبعد عنها مسافة ســـــتة كيلو مترات تمتد عبر طريق ترابى يمتد بمحـــــازاة بحر شبين الكوم ايضـــــا . واتجاه الاهالى الى مدينة طنطـــا أكبر من اتجاههم الى المركزين الأخيرين ، حيث تمثل مدينـــــة طنطا مركزا تجاريا ودينيا وترفيهيا وتعليميا لمعظم ســـــكان القرية وتقتصر صــــلة الأهالى بمدنـــــة الســـنطة — المركزى الادارى — على النواحى الادارية حيث يفدون اليها لقضـــاء مصالحهم بالسجل المدنى ، ومركز الشرطة ، والمحكمة الابتدائية والشهر العقارى ومجلس المدينة الى غيرها من المصـــالح التى تتبع لها القرية اداريا .

وترتبط القرية بهذه المراكز الحضرية بخطوط لأتوبيس وسط الدلتـــا ، وأتوبيس النقـــل الداخلى لمدينـــة طنطا بالاضـــافة الى عـــدد من ســـيارات الأجرة الخاصة التى تعمل على خط طنطا — الجعفرية ، وهى قرية ملاصـــقة تماما لقرية تطاى بحيث لا يفصل بينها سوى شـــارع رئيسى واحـــد وتتداخل الصلات والعلاقات بين أهالى كلا القريتين مما يجعلهما أشبه بمركز سكانى واحد تتكامل الخدمات الموجودة بكل منهما ، حيث توجد بقرية الجعفرية نقطة الشرطة ومقر المجلس المحلى والوحدة الصـــحية وغـــيرها من المؤســـسات التى تخدم القريتين معـــا .

ويصل تعداد سكان قرية « تطاى » وفقا لبيانات تعداد ١٩٨٦ ، الى (١٢٢٧٨) منهم (٦٢٦٣) من الذكور و (٦٠١٥) من الاناث ، ويبلغ اجمالى مساحة الأراضى الزراعيـــة بزمـــام القرية ١٨٠٠ فدان ، موزعة على ١٤٠٠ حيازة ويوضـــح الجدول التالى توزيع الحيازات الزراعية بقرية « تطاى » وفقا لفئات الحيـــازة :

جـــدول رقم (١)

توزيع الحيازة الزراعية بقرية تطاى(*)

فئة الحيازة	العـــدد	٪
اقل من فدان	٤٥٠	١٤ر٣٢
من فدان — ٥	٧٥٠	٥٧ر٥٣
من ٥ — ١٠	١٥٠	٧٢ر١٠
١٠ افدنة فاكثر	٥٠	٥٧ر٣٪
المجمــوع	١٤٠٠	١٠٠٪

وتشـــير بيانات الجدول أن الغالبية العظمى من الحيـــازات الزراعيـــة بالقرية حوالى (٧ر٨٥٪) من الحيازات بها تقـــع فى فئة الحيازة اقل من خمسة أفدنة وان حوالى (٤٠٪) من هذه النسبة حيازات لا تتجاوز مساحتها الفدان ، الأمر الذى يشـــير الى صغر وتزمية نمط الحيازة الغالب بالقرية ، وأن نسبة الحيازات المتوسطة والكبيرة أكثر من خمســـة أفدنة لا تتجـــاوز (٢ر١٤٪) من اصحاب الحيازات وأن الحد الأقصى للحيازات الزراعية بهذه القرية لا يتجاوز ١٣ فدانا .

واهـــم الزراعات بالقرية هى القطن والذرة والقمـــح ، والخضروات ، والفواكه وبالذات التفاح البلدى والبرتقال والجوافة .

ونكشف بيانات تعداد عام ١٩٨٦ ، أن قرية « تطاى » لا تختلف عن باقى القرى المصرية من حيث التوزيع النوعى النســـبى للســكان على ان اللافت للنظر فى تلك البيانات ، هو ما يظهر من تحسن طفيف فى الحالة التعليمية بالقرية حيث تبلغ نسبة الاميـــة بهـــا (٤ر٥٧٪) فى حين أنهـــا تبلغ (٥ر٥٨٪) فى المناطق الريفية على مستوى الجمهورية ، ويعود ذلك الى توافر فرص التعليم بالقرية ، حيث يوجد بها حاليـــا مدرستين ابتدائى واخرى اعـــدادى للبنين والبنات بالاضافة الى مدرسة ثانوية ومعهـــد دينى موجودين بقرية الجعفرية الملاصـــقة لقرية تطاى .

وفضلا عن توافر المدارس بالقرية (ابتدائى — اعدادى ، ثانوى) تتميز

(*) البيانات مستقاه من واقع ســجلات الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية .

قرية تطاى بتوافر العديد من مؤسسات الخدمات الأخرى ، فيوجد بها جمعية تعاونية زراعية ، ومكتب بريد ، ونادى للشباب ، وسنترال مخصص لخدمة أهالى قريتى الجعفرية وتطاى . وقد حظيت القرية بفرصة دخول المياه النقية اليها منذ نهاية الخمسينات وشهدت دخول التيار الكهربائى فى أوائل السبعينات والتى لا تكاد تخلو منها منزلا واحد بالقرية الآن .

وينتشر بالقرية محلات بيع الأقمشة والخردوات ولوازم البناء وتجاره الأخشاب والحبوب بالاضافة الى البقالة ، والجزارة والمطاعم وورش صناعة الموبيليا وغيرها وهى كلها أمور تشير الى تزايد ظهور وانتشار السمات الحضرية بالقرية .

ولا يختلف النمط العام للمساكن بالقرية عن النمط العام لمساكن الفلاح المصرى فجانب كبير من مساكن القرية مبنى بالطوب اللبن ، وفى أوضاع متلاصقة وشوارعها ضيقة وينتشر على مداخلها وفى أطرافها العديد من المساكن الحديثة المبنية بالطوب الأحمر والأسمنت المسلح ، ويتسم الوضع العمرانى بصفة عامة فى القرية بمظاهر التناقض البنائى ، فبجانب البيوت ذات الطابع التقليدى تتواجد البيوت ذات الطراز الحديث . ويعد هذا التناقض فى الشكل الفيزيقى للقرية انعكاسا للتناقض الواضح فى النشاط الاقتصادى للسكان بالقرية فبينما تزايدت الأنشطة غير التقليدية كالتجارة ، والمقاولات ، والصناعات الحرفية بما يعنيه ذلك من سرعة ظهور السمات الحضرية بالقريه ، نجد أن النشاط الزراعى التقليدى لايزال يستوعب ما يقرب من (٥٠٪) من جملة موارد النشاط بالقرية . على أن اللافت للنظر هو اتجاه الطابع الريفى التقليدى الى الانحسار ، بشكل سريع وواضح بالقرية مما يشير الى الطابع الانتقالى الذى تعايشه القرية حاليا ، ونمو السمات الحضرية بها ، ومن بين الخدمات النامية بالقرية . مكاتب المحامين ، والعيادات الطبية حيث يوجد بها حاليا خمسة مكاتب للمحاماه ، وأربع عيادات طبية ، ودار الحضانة .

٥ — أدوات العمل الميدانى وعينة البحث :

تتبع الدراسة المنهج الأنثروبولوجى والمنهج المقارن وفى ذلك اعتمدت على الملاحظة ، والمقابلة والمناقشات الفردية والجماعية المفتوحة كأدوات لجمع البيانات الميدانية . ولتنظيم عملية الملاحظة جرى وضع دليلا لها يتضمن الجوانب التالية .

— سلوك التعرض والتعامل مع أدوات الاتصال المختلفة ، والمضامين الأكثر رواجا وانتشارا لدى القرويين .

— موضوعات الحوار واســاليب التخاطب والتفــاعل بين الجماعات الاجتماعية المختلفة بالقرية .

— قدرة الفئات الاجتماعية المختلفة على المشاركة فى عملية الاتصــال .

— تأثيرات أدوات الاتصــال الحديثة على الجوانب التالية :
قنوات الاتصــال التقليدية ، العــادات والتقاليد ، الانتاجيــة وسوق العمل . بنــاء القوة والنفوذ داخل القرية ، العلاقات الأسرية .

وقد قام الباحث بمراقبة هذه الجوانب بمنطقة البحث من خــلال الاقامة شبه الكاملة بمنطقــة البحث لمدة ســتة شــهور ، استغرقت الفترة من اول يناير ١٩٩٠ وحتى يونيو من العــام نفسه ، وخلال هذه المدة داب الباحث على التجــول داخل شــوارع القرية بالملابس القروية العادية والقيام ببعض الزيارات داخل البيوت ، والتردد المنتظم لدور بعض الأسر تحددت أساســا فى خمس أسر ترتبط بعلاقة قرابة ومعــارف مع اسرة الباحث بالاضــافة الى الجلوس والاختلاط بمواقع الأنشطة والخدمات المختلفة مثل الجمعية التعاونية ، وبنك القرية ، والورش الحرفيــة (الحياكة والموبيليا) ومحــلات البقالة والمقهى ، والمسجد ودوار العمدة وغيرها من أماكن الاتصــال والتفاعل اليومى داخل القرية ، وكان يجرى تدوين مذكرات يومية بما يتم رصده من ملاحظات حول السلوك أو العادة موضع التحليل والمراقبة على النحو الوارد فى دليــل الملاحظــة .

كما استخدمت المقابلة وجرى توظيف هــذه الأداة للحصول على بيــانات كمية ووصفية تتعلق بحجم وانماط تعرض الأفــراد بمنطقــة البحث لوســائل الاتصال المختلفة ، ورؤيتهم لكل وسيلة ، ومدى اعتمادهم عليها أو تأثرهم بهــا فى مجرى حياتهم اليومية . وقد طبقت المقابلة المتعمقة مع عينــة عشــوائية طبقية منتظمة من (٢٠٠) فرد من الذكــور والاناث ، على اســاس السن من (٢٠—٦٠) سنة والنشاط المهنى للفرد . وذلك وفقا للجدول التالى :

جـــدول رقم (٢)

(توزيع مفردات عينة البحث وفقا للنوع والمهنة)(١) .

	اناث	ذكور	المجموع
فـــلاح / فـــلاحة تحـــوز	٢٠	٣٠	٥٠
فلاح / فلاحة لا تحـــوز	٢٠	٣٠	٥٠
عامل / عاملة (غير زراعى)	٥	١٠	١٥
مهـــنى	٥	١٠	١٥
حـــرفى	٥	١٠	١٥
تاجـــر	٥	١٠	١٥
موظـــف	١٠	١٠	٢٠
طالـــب	١٠	١٠	٢٠
المجمـــــــــوع	٨٠	١٢٠	٢٠٠

وقد جرى تصميم دليـــلا للمقابلة والحـــوار مع جماعة المبحـــوثين من افراد العينة . وقد تضمن الدليل (٨٨) سؤالا موزعة على بندين **الأول** حجم وســـلوك تعرض الافـــراد لمختلف ادوات الاتصـــال ويشـــمل الأســـئلة من (أ — ٦٧) **والثانى :** ويتعلق بالعلاقة بين الجمـــــهور وادوات الاتصـــــال المختلفة ويتضمن الاسئلة من (٦٨ — ٨٨) .

وقد اختبرت صحة وثبات الأسئلة خـــلال شهر يناير ١٩٩٠ ونفـــذت المقابلات المتننة التى طبقت خلالها اسئلة الدليل فى شكلها النهائى بعد التعديل بناء على التجريب الأولى فى شهر مارس ١٩٩٠ .

ومن المفترض ان يؤدى تكامل استخدام الملاحظة بأنواعها ، والمقابلة المقننة مع المبحوثين من افراد العينة ، والحوارات الحرة الفردية والجماعية التى تجرى بمنطقة البحث الى تلافى ما قد يوجـــد من قصور فى استخدام اى من هذه الأدوات بمفردها ، والى تدعيم قدرة البحث على الكشف عن

(١) اعتمدنا فى ذلك على المصادر التالية :

(*) السجل المدنى لمركز مدينة السنطة الذى تبعه القرية .

(*) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء تعداد محافظة الغربية (١٩٨٦) .

مكونات بنية الاتصال بالقرية ، واســـلوب تعامل الأفراد بها مع اجهـــــزة الاتصـــال المختلفـــة ، ورؤيتهـــم لهـــــا أو اعتمادهـــم عليهـــا ، وكـــذا التأثيرات الثقافية لأجهـــزة الاتصـــال فى المجتمع القروى . كمـــا يســـاهم استخدام المنهج المقـــارن ، الى الوقوف على أوجـــه التبـــاين بين مختلف الفئات المهنية والاجتماعية فى التعامل مع وســـائل الاتصـــال ، وفى التعرف على حقيقة التأثيرات التى تركهـــا كل وســـيلة فى مجتمع القـــرية . ونسعى فى الفصل القادم الى عرض نتائج عملنا الميدانى .

الفصل السابع

الاتصال والثقافة (المعطيات الميدانية)

الفصـــل الســـابع

الاتصــال والثقــافة (المعطيــات الميدانيــة)

نحــاول فى هذا الفصل ، عرض وتحليل ما توافر لدينا من بيــانات حصلنا عليها من منطقة البحث سواء من خــلال تطبيق أدوات ، الملاحظة ، والمقابلة المقننة ودراسة الحالة أو المناقشــات الفردية والجماعية المفتوحة التى اجريناها مع الأفــراد بقرية البحث ، وترتبط خطة العرض بأهــداف البحــث ومايثيره من تساؤلات تدورحــول مكونات بنيــة الاتصال بالقرية ، واسلوب تعامل القرويين مع ادوات الاتصال المختلفة ، والتأثيرات الثقافية التى احدثتها هــذه الأدوات ســواء على مســتوى مجتمع القرية ككل ، أو المستوى الأسرى أو الفردى . وبصــورة محددة يتضمن هذا الفصــل عرض بيانات العنصرين التاليين :

١ ــ مكونات بنيــة الاتصــال بالقرية .

٢ ــ التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال .

اولا : مكونات بنيــة الاتصــال بالقــرية :

١ ــ الراديــو :

ظلت اجهزة الراديو محــدودة العدد فى قرى الريف المصرى خــلال الخمسينات من هذا القرن : ويقتصر وجودها على عدد من الأجهــزة تعــد على أصــابع الأيــدى ، وفى حــوزة فئات معنية ســواء أعيــان القرى او لدى احــد البقــالين أو أصحاب المقاهى . ودخلــت أجهــزة الراديو بكثافة ملحوظة الى القــرية المصرية مع بدايــة الستينيات وذلك فى اطــار ظهور الترانزســتور وانخفاض أسعاره من جهــة بالاضــافة الى عــودة الكثير من ابناء القرى المجندين الذين اشتركوا فى حرب اليمن خــلال الفترة من ١٩٦٢ ــ ١٩٦٧ من جهــة اخرى ، حيث كانت تيح لهم المرتبــات التى يقومون بادخارها هنــاك ، شراء احــد اجهزة الراديــو اثناء العــودة الى القرية بل وكانت حيــازة مثل هذا الجهــاز ، تعــد بمثابة احــد مؤشرات التمايز فى نظــر العــديد من فقراء الفلاحين خــلال ذلك الوقت . والحراك الذى حققه المجنــدون العائدون . ثم اخــذت أجهــزة الراديو فى الانتشار بعد ذلك بصورة واضحة لدرجة انه أصبح من النادر ان نجــد أسرة ريفية الآن لا تحــوز راديو او اثنين على الأقل .

ونتيجة للاجراءات والقرارات الحماسية التى اتخذتها حكومة الثورة خلال حقبتى الخمسينيات والستينيات والتى واكبت تغلغل وانتشار اجهزة الراديو فى القرية المصرية ، وميل هذه القرارات لدعم مركز القاعدة العريضة من الفلاحين (الاصلاح الزراعى ، توزيع الملكية ، العلاقة بين المالك والمستأجر التعاونيات الزراعية .. الخ) وقيام أجهزة الراديو بنقل هذه الاجراءات والقرارات الى القرويين ونشر الوعى لديهم حولها ، ارتبط فى الذهن العام لدى القرويين ، وبالذات جماعة الفلاحين ، أن الراديو جهاز لمعرفة اخبار الدنيا .. وسماع الاخبار فى المقام الاول ، ويلى ذلك فى مرتبة تالية ، مهمة الترفيه ، سماع الأغانى والتمثيليات الاذاعية) وذلك بعد أن اتجهت الدولة بعد هزيمة ١٩٦٧ الى تكثيف التوظيف الترفيهى للراديو (اغانى أم كلثوم ، وعبد الحليم حافظ ، والمباريات الرياضية ... الخ) وذلك فى اطار محاولة السياسية الاعلامية انذاك التخفيف من الآثار النفسية للهزيمة . واخيرا الاستماع الى القرآن الكريم والبرامج الدينية والتى كثفت ايضا بعد هذا التاريخ عبر مختلف محطات الراديو المصرية لاسباب سياسية ايضا . وبعد دخول أجهزة التليفزيون والتسجيل وانتشارها فى القرية المصرية منذ منتصف السبعينيات ، قل الاستخدام الترفيهى للراديو فى حين ظلت البرامج الاخبارية والدينية ، تحظى بالأولوية المطلقة فى استخدام القرويين لجهاز الراديو .

ويحظى الراديو بمكانة متميزة بين أجهزة الاتصال الجماهيرى من حيث الصور : الذهنية المحببة لدى القرويين ، فهو ليس « حراما » ، كما ينظر بعض القرويين حاليا الى جهاز التليفزيون ، والفيديو مثلا ، كما انه سهل الحمل والاستخدام ، ورخيص الثمن بالمقارنة ببقية أجهزة الاتصال الأخرى ، فضلا عن خلوة من التعبيرات السوقية والمشاهد الخارجة . ونتيجة لذلك عبر الجانب الأكبر من المبحوثين فى حوارهم معنا حول مدى تعودهم على الاستماع للراديو عن ارتفاع درجة هذا التعود ، كما تكشف بيانات الجدول التالى :

جدول رقم (١)

(درجة تعود القرويين الاستماع للراديو)

درجة التعود		العدد	٪
دايما		١٦٠	٨٠
حسب الظروف		٤٠	٢٠
لا اسمعه اطلاقا		—	—
المجموع	٢٠٠		٪١٠٠

وتظهر البيانات أن (٨٠٪) من اجمالى المبعوثين البالغ عددهم (٢٠٠) فرد ، يستمعون الى الراديو بصورة دائمة أو منتظمة فى حين لم تتجاوز نسبة التعرض العشوائى او حسب الظروف عن (٢٠٪) فقط ، واختفت تماما نسبة من أقر بعدم استماعه الى الراديو على الاطلاق ، نتيجة على ما يبدو أن الاستماع الى الراديو نشاط يمارسه القروى فى مناطق متعددة ، وحيثما يذهب الى المنزل والحقل وأماكن العمل ، والمقهى والمواصلات وغيرها من أماكن تواجده .

ويبدو أن ذلك أيضا ، هو الذى دفع الجانب الاكبر من المبحوثين (٦٠٪) الى الاقرار بأن الراديو ضرورى جدا عندما طرحنا عليهم السؤال الآتى : **ياترى الاستماع للراديو لازم منه ولا كله زى بعضه فى رايك ؟** فى حين لم تتجاوز نسبة من أقر بأن كله زى بعضه ، مشيرا بذلك الى عدم اهتمامه كثيرا ببرامج الراديو (٤٠٪) من اجمالى افراد العينة ، الأمر الذى يشير الى المكانة التى مازال الراديو يحتلها فى القرية المصرية ، رغم انتشار أجهزة أخرى منافسة مثل التليفزيون والفيديو وشرائط التسجيل .

وقد أعاد التساؤل حول آخر مرة فتح المبحوث فيها الراديو تأكيد ارتفاع معدل التعرض والاستماع للراديو بين القرويين . فقد أشار الجانب الاكبر من المبحوثين (٦٥٪) بأن آخر مرة هذه كانت « اليوم » أى ذات اليوم الذى اجرينا فيه الحوار . فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار الى أن آخر مرة كانت من يومين ثلاثة او اكثر (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين . وأوضح (١٥٪) فقط أن اتجاههم لفتح الراديو بأنفسهم مسألة تخضع للظروف والوقت المتاح لهم ، وأن كانوا يستمعون الى الراديو بالصدفة اثناء سيرهم فى الطريق أو المواصلات أو غيرها من أماكن التواجد . وفى هذا الاطار تلاحظ وجود علاقة بين النوع والمهنة ومعدلات الاستماع الى الراديو ، فالنساء أكثر اقبالا من الرجال على الاستماع الى الراديو ، كما أن جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين تعد أكثر انتظاما فى الاستماع للراديو من الموظفين والمهنيين والطلبة وهكذا .

ونظهر المناقشات مع جماعة المبحوثين ، أن فترة الصباح هى أكثر الفترات تفضيلا للاستماع الى الراديو كما يوضح الجدول التالى :

جـدول رقـم (٢)
(الوقت المفضل لتعرض المبحوثين للراديو)

الوقت المفضـل للاسـتماع	العدد	٪
الصـبح	٨٠	٤٠
الضـحى	٥	٥ر٢
الظهـيرة	٥	٥ر٢
العصـر	١٠	٥
المغـرب	٢٠	١٠
السـهرة	٤٠	٢٠
حسـب الظـروف	٤٠	٢٠
المجمـوع	٢٠٠	١٠٠٪

وواضح من بيانات الجدول ان فترة « الصباح » هى اكثر الفترات تعرضا للراديو بنسبة (٤٠٪) فقد أوضح المبحوثون وبالذات جماعة الموظفين والمهنيين والطلبة انهم يستمعون الى الراديو خلال استعدادهم للخروج للعمل وتناولهم الفطار . ويلى ذلك من حيث الأهمية فترة « السهرة » وبالذات لدى جمـاعة الفلاحين بنسبة (٢٠٪) ، ثم فترة المغرب بنسبة (١٠٪) وتنخفض الى حد كبير نسبة تعرض القرويين الى الراديو فى فترة الضحى او الظهيرة والعصر الى حد كبير وهى الفترات التى يبدو أن جمهور المستمعين الى الراديو يتجه خلالها الى اجهزة التسجيل والكاسيت للاستماع الى الأغانى الشـعبية والتسجيلات التى أصبح اقبال القرويين عليها يتزايد يوما بعد يوم كرد فعل على مايبدو من جانبهم للمضامين الاذاعية غير المرتبطة بواقعهم فى جانبهـا الاكبـر . وظلت نسبة غير قليلة (٢٠٪) ، ترى انه لايوجد وقت مفضـل لديها للاستماع الى الراديو ، ولكن المسألة تخضع للظروف ووقت الفـراغ المتاح او (النفس) على حد تعبير احد المبحوثين .

ويبدو أن ظاهرة الاستماع الجماعى الى الراديو التى كانت سـائدة فى فترة سابقة ومنذ دخول الراديو الى القرية قد تلاشت او هى فى طريقهـا الى ذلك ، حيث تزايد معدلات الاستماع الى الراديو بصورة فردية ، فقد ذكر الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٥٪) انهم عادة يستمعون الى الراديو بمفردهم ولا يناقشون ما يستمعون اليه مع الاخرين لو تصادف وجودهم بشـكل عابر

اثناء عمليـــة الاستماع . فى حين لم تتجاوز نسبة من اشـــار الى اعتيـــاده الاستماع الى الراديو وهو مع آخرين (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين معظمهـــم من فئات الحرفيين والعمال ، ويبدو ان هذا التحول فى هذه الظاهرة مرتبـــط بانتشـار اجهزة التليفزيون والتسجيل ، التى اصبح التعرض لها هـــو الذى يأخذ فى الغالب الصبغة الجماعية فى مقابل تزايد التعرض الفردى للراديو ، ويشير ذلك الى ان تأثير تواجد اجهزة التليفزيون والتسجيل على الراديو لايكمن فقط فى سحب اعداد غير قليلة من جمهور الراديو ، ولكن أيضا فى تعديل سلوك تعرض الجمهور للراديو وفى توقيت هذا التعرض .

وتشير الملاحظات الميدانية ، وكذا الحوارات المتعمقة مع المبحوثين الى ان الاستماع الى الراديو من جانب الأفراد بالقرية ، عادة ما يتم اثناء قيـــام الفرد باداء عمل ما بل أن البعض يترك الراديو مفتوحا وهو نائم او منهمك فى عمل جاد ، ويندر الى حد كبير الاستماع الى الراديو والفرد جالس متفـــرغا للاستماع فقط . فقد ذكر الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٨٠٪) انهـــم يستمعون الى الراديو اثناء قيامهم باداء عمل ما ، فى حين لم تتجاوز نســـبة من اشار الى تفرغه للاستماع (٥٪) فقط ، وذكر (١٥٪) من اجمـــالى المبحوثين ان المسألة تخضع للمصادفة والظروف ، وهو أمر له دلالة بالغـــة عند بحث قضية تأثير المضامين الاذاعية ، حيث يبدو الاستماع وكأنه أصـــبح عادة اكثر منها محاولة للادراك الجيد لحقيقة ما يذاع عبر موجات الراديو .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على المحطات الاذاعية المفضـــلة لديهم . وطرحنا عليهم السؤال الآتى : **ياترى بتحب تسمع محطة اذاعيـــة معينة ولا كله زى بعضه ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج اجابات المبحوثين على هـــذا التســـاؤل :

جـــدول رقـــم (٣)

(درجة تمييز المبحوثين بين المحطات الاذاعية)

درجـــة التمييـــز	العدد	٪
اذاعـــة معينـــة	٨٠	٤٠
كله زى بعضـــــه	١٢٠	٦٠
المجمـــوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتشير بيانات الجدول ، أن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٦٠٪)

ليست لديه محطة اذاعية مفضلة او ترغب فى الاستماع اليها « دايما » حينما تقرر الاستماع الى الراديو ، ولكن كل محطات الراديو تبدو متشابهة لديهم ولا محل للتفضيل بينها . فى حين أوضح (٢٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين أن لديهم اذاعة معينة يفضلون الاستماع اليها ، يأتى على رأسها اذاعة « القرآن الكريم » .

وفى محاولة من جانبنا لاعادة التثبت من هذه البيانات وتعميق الحوار فى هذا الجانب ، طرحنا على المبحوثين السؤال التالى : **تعرف تقولى اسماء بعض المحطات الاذاعية اللى بتسمعها اكثر ؟** وكان اللافت للنظر فى استجابات المبحوثين على هذا التساؤل ، ان نسبة غير قليلة من المبحوثين تصل الى(٤٠٪) اما انها لم تستطع تحديد اسم محطة اذاعية معينة او أنها اكتفت بترديد اسم محطة اذاعية واحدة فقط ، مما يشير الى خاصية التعرض العشوائى ، وغير الانتقائى للراديو التى اشرنا اليها من قبل .

ووفقا لما ورد على لسان المبحوثين الذين تمكنوا من تحديد اسم بعض الاذاعات ، تأتى اذاعة القرآن الكريم على رأس القائمة ، وتليها اذاعة صوت العرب ، فالشرق الأوسط ، فالبرنامج العام ، واذاعة أم كلثوم ، على الترتيب، وكان اللافت للنظر غياب ترديد اسماء محطات اذاعية تزايد نشاطها فى الآونة الأخيرة مثل اذاعة الشباب والرياضة ، ووادى النيل ، واذاعة وسط الدلتا ، والأخيرة اذاعة محلية تدخل قرية البحث فى نطاق بثها ، وفشلت اية محاولة من جانبنا لتعميق الحوار حول نشاط وفاعلية هذه الاذاعة .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على درجة تعرضهم للاذاعات الأجنبية ، ونوجهنا اليهم بالسؤال الآتى : **ياترى بتحب تسمع اذاعات اجنبية ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل :

جدول رقم (٤)

(مدى استماع القرويين للاذاعات الأجنبية)

الاستماع للاذاعات الأجنبية	العدد	٪
يستمع اليها بانتظام	—	—
احيانا يستمع اليها	٨٠	٤٠
لا يستمع اليها اطلاقا	١٢٠	٦٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

وتوضح بيانات الجدول ان الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٦٠٪) من اجمالى افراد العينة لا يستمعون الى الاذاعات الأجنبية ، فى حين اشارت نسبة لا تتجاوز (٤٠٪) الى انها احيانا ماتستمع الى الاذاعات الأجنبية ، ولم نصادف حالة واحدة ، اقرت امامنا بأنها تستمع الى الاذاعات الاجنبية بصورة منتظمة او دائمة . وتكشف المشاهدات الواقعية ان لجوء الأفراد الى الاذاعات الاجنبية وبالذات فئات الموظفين والمهنيين والطلبة بالقرية ، عادة مايتم وقت الأزمات او وقوع الاحداث الهامة وبالذات الداخلية ، حيث تحظى هذه الاذاعات بمصداقية اكبر لدى الافراد فى نقل الأنباء حول هذه الاحداث ثم يقوم هؤلاء الأفراد ، من خلال تفاعلاتهم عبر قنوات الاتصال الشخصى بنقل وترديد وقائع الأحداث كما ترددها هذه الاذاعات مع التهكم والسخرية عادة من الرواية الرسمية للحدث كما ورد عبر وسائل الاعلام المحلية .

وكان من الطبيعى تعميق الحوار مع جماعة المبحوثين الذين اقروا بتعرضهم للاذاعات الأجنبية ، بهدف التعرف على هوية هذه الاذاعات ، واسباب اقبالهم عليها ، ويكشف الحوار فى هذا الجانب ، ان اذاعة لندن واسرائيل ومونت كارلو وصو تامريكا على الترتيب هى الاذاعات الاجنبية التى وردت اسمائها على لسان المبحوثين كاذاعات يستمعون اليها احيانا وتلاحظ هنا غياب ترديد اسماء اية اذاعات عربية ، ربما بسبب ان لفظة « اجنبى » التى طرحناها فهمت على انها كل ماهو غير عربى ، او ربما لضعف وقع هذه الاذاعات فى القرية .

وحول اسباب هذا الاستماع وبالذات الاستماع الى الاذاعة الاسرائيلية، اشار المبحوثون الى اهتمام هذه الاذاعات بالأغانى القديمة « الكويسة » على حد تعبير أحد المبحوثين مثل اغانى أم كلثوم ، وعبدالحليم حافظ ، وكذا اهتمامها بالتراث الشعبى المحلى مثل المواويل ، والأحاديث الدينية وغيرها فضلا عن ما تذيعه من أنباء ووقائع تعبر عن وجهة النظر الأخرى والتى لا ترد فى وسائل الاعلام المحلية .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على نوعية البرامج المفضلة لديهم فى الراديو ، وجاءت البرامج الدينية والقرآن الكريم على راس قائمة التفضيلات وبمعدل تكرار شمل الجانب الاكبر من المبحوثين ، ويلى ذلك فى مرتبة تالية : المسلسلات الاذاعية ، ثم برنامج ربات البيوت ، وكلمتين وبس وهمسة عتاب ، ونشرة الأخبار ، والمباريات الرياضية واخيرا برامج المنوعات ولم يرد على لسان المبحوثين اية اشارة او ترديد لبرامج المراة والطفل ، أو الارشاد الزراعى ، أو البرامج الثقافية وغيرها من البرامج والموضوعات الاذاعية التى ربما قد يتعرضون لها بالمصادفة ولكنها ليست لها خلفية فى اذهان

الكثير من المبحوثين او لافتة لنظرهم وبالتالى تدنت قدرتهم على الاشارة اليهـــا فى حوارهم معنا ، مما يؤكد مرة اخرى خاصية التعرض العشوائى وغير الواعى للعديد من برامج الراديو التى اشرنا اليها من قبـــل .

وايا كانت طبيعة البرامج المفضلة لدى المبحوثين او الصورة الذهنية لديهم عن أوجه الاستفادة من الراديو ، فقد عبر الكثير منهم فى حوارهم معنا عن عدم امكانية الاستغناء عن ا لراديو فى حياتهم ، عندما طرحنا عليهم السؤال الاتى : **فى رايك الناس فى البلد هنا ممكن تستغنى عن الراديو ؟** ويكشف الجـــــدول التالى عن هذه الحقيقة .

جـــدول رقـــم (٥)

(مدى استغناء المبحوثين عن جهاز الراديو)

مـــــدى الاســـــتغناء	العـــدد	٪
يســـــتطيع الاســـــتغناء	٢٠	١٠
فيـــــــه وفيـــــــه	٧٠	٣٥
لايســـتطيع الاســـــتغناء	١١٠	٥٥
المجمـــــــــوع	٢٠٠	٪١٠٠

وتشير البيانات ان الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٥٥٪) يرون أن الراديو لا يمكن الاستغناء عنه ، فقد استقر كظاهرة اجتماعية فى حياتهم رغم قلة استفادتهم من برامجه فى حياتهم الفعلية فى حين اشارت نسبة غير قليلة ايضا (٣٥٪) ان هناك من يستطيع الاستغناء عنه وآخر من لا يستطيع . وقد تلاحظ ان مثل هذه الاستجابة قد ظهرت بصورة واضحة لدى جماعة الموظفين والمهنين والطلبة وبين فئـــات الشباب منهـــم تحديدا ولم تتجاوز نسبة من أقر بامكانية استغناء الناس فى البلد عن الراديو ، بالنظر الى ظهور التليفزيون واجهزة التسجيل وغيرها من أجهزة الاتصال عن (١٠٪) فقط من اجمـــالى المبحوثين ، الأمر الذى يؤكد صحة ما اشرنا اليه من قبل عن الصورة الذهنية المحببة لدى القرويين على اختلاف تصنيفاتهم الاجتماعية والمهنية عن الراديو بالمقارنة بوسائل الاتصال الأخرى ، كالتليفزيون والفيديو وغيرها .

ومع ان نسبة كبيرة من المبحوثين لم يتمكنوا من تحديد اكثر الفئـــات فى البلد استفادة من الراديو « مش عارف » ردا على تساؤلنا : **انت شايف مين من الناس فى البلد بيستفاد اكثر من الرادو ؟** الا ان من استطاع منهم الاجابة

على هذا التساؤل ، اشار الى فئة الفلاحين والمهنين وكبار السن بالذات من الرجال والنساء بالقرية . وحول اوجه الاستفادة الفعلية من الراديو ، أعاد المبحوثون ترديد ما سبق أن اشاروا اليه فى حوارهم معنا حول البرامج المفضلة من الاستماع الى القرآن الكريم والأحاديث الدينية ، والتسلة ومحو الامية ، ومعرفة اخبار الدنيا ، وكان اللافت للنظر هنا أن يتحدث البعض عن استفادة الفلاحين من برامج الارشاد الزراعى ، وهو ما لم يرد من قبل فى حديثهم معنا عن البرامج المفضلة مما يدفعنا الى التهوين من قيمة ماردده هؤلاء حول الاستفادة من برامج الارشاد الزراعى خصوصا وقد تلاحظ أن مصدر ترديده قد جاء من جانب بعض المتعلمين ، وليس من جانب الفئات المعنية أصلا ببرامج الارشاد الازراعى وهم جماعة للفلاحين .

٢ — التليفزيون :

كان دور التليفزيون منذ بدء ارساله فى عام ١٩٦٠ ، يكاد يكون غائبا تماما فى المجتمع الريفى ، حيث اقتصر تواجده وانتشاره فى اطار غياب التيار الكهربائى على محاولات كل من وزارة الثقافة والزراعة الزام بعض الجمعيات التعاونية شراء احد الأجهزة واستخدامها فى مناسبات معنية او لدى احد المقاهى التى تقوم بتشغيل الجهاز بصفة خاصة فى مباريات كرة القدم وبعض التمثيليات والأفلام لجمهورها مقابل اجر معين ، ولذلك كان جمهور المشاهدين ينحصر فى فئات وشرائح اجتماعية معينة كلموظفين والشباب وبعض الأعيان. وقد حدث تحول واضح فى انتشار التليفزيون وجمهور المشاهدين منذ منتصف السبعينيات وذلك بعد دخول التيار الكهربائى فى العديد من القرى ، واقبال العديد من القرويين من مختلف الفئات والشرائح الاجتماعية على حيازة اجهزة التليفزيون وأصبح مشاهدة التليفزيون ، تعد احد ممارسات الحياة اليومية لدى قطاعات واسعة من الجماهير وبصفة خاصة فى فترة الارسال المسائية .

وتشير البيانات الميدانية ، الى ارتفاع معدلات حيازة أجهزة التليفزيون بقرية البحث ، فقد اشار (١٩٤) مبحوثا بنسبة (٩٧٪) من اجمالى المبحوثين من افراد العينة البالغ عددهم (٢٠٠) فردا الى ان لديهم جهاز تليفزيون ، بل ان بعض المبحوثين ذكر ان لديهم اكثر من جهاز (ابيض واسود وملون) ومع هذا الانتشار الواسع لاجهزة التليفزيون بالقرية ، والذى قد يجعل من التليفزيون احد أهم مكونات بنية الاتصال بالقرية ، الا ان الفجوة بين حيازة الفرد لجهاز التليفزيون ، ومعدل تعرضه لبرامجه تبدو واسعة حاليا ، حيث تشير البيانات الى الانخفاض الملحوظ فى معدل تعرض القرويين اليومى لجهاز التليفزيون كما يوضح الجدول التالى :

جدول رقــم (٦)

(معدل التعرض للتليفزيون بقرية البحث)

معدل التعرض	العدد	٪
كل يوم	٨٠	٤٠٪
بظروفها	٨٠	٤٠٪
لا اشاهده	٤٠	٢٠٪
المجمـــوع	٢٠٠	

وتشير البيانات ان ما يقرب من (٦٠٪) من المبحوثين اما انهم يتعرضون الى التليفزيـــون بطريقـــة الصدفـــة وحسب الظروف أولا يتعرضون له على الاطلاق ، فى حين أن (٤٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين هم الذين يتعرضون يوميا الى التليفزيون ، وكانت أهم أسباب عدم الانتـــظام فى التعرض اليومى للتليفزيون . هى المشاغل وعدم وجود وقت بصرف النظـــر عن اية اعتبارات أخرى . ويبدو أن تقلص وقت الفراغ لدى القرويين النـــاجم عن تزايد ضغوط الحيـــاة وانشغال الجانب الأكبر منهم فى تدبير قوت يومهم ، والعمل بأكثر من مهنة ، هو أحد أسباب انخفاض تعرض المبحوثين الى التليفزيون ، خصوصا وانه — على خلاف الراديو — يتطلب تفرغ كامل عند التعرض وحتى اذا توافر وقت الفراغ . وهو عادة ، وقت السهرة فان التيار الكهربائى نتيجـــة لضعف المحولات وكثرة الأحمال — كثيرا ما ينقطع او يضعف بحيث يصعب معه تشغيل اجهزة التليفزيون ، وحتى اذا امكن تشغيل هذه الأجهزة ... ، فان الصورة عادة ما تكون غير واضحة خصوصا وان معظم هذه الأجهزة من النوع الأبيض والأسود مما يجعل من عملية المشاهدة امرا بالغ الصعـــوبة وباعثا للانصراف عن التليفزيون او تقليل وقت التعرض له وبالذات لدى كبار السن .

وتشير البيانات الى ان الجانب الأكبر من المبحوثين من افراد العينـــة الذين اقروا بتعرضهم للتليفزيون سواء التعرض اليومى او بالمصـــادفة ، ان معدل التعرض الغالب لا يتجاوز الساعة ، وان نسبة تعرض الفرد للتليفزيون لســـاعتين او اكثر فى اليوم لا تتجاوز (٢٠٪) من اجمالى عدد المتعرضـــين للتليفزيون ، وهو الأمر الذى يشير الى الانخفاض الواضح والمستمر فى اعتماد القرويين على التليفزيون كقناة اتصال بالمقارنة بالفترات السابقة التى اعقبت دخول وانتشار التليفزيون فى مجتمع القرية .

وتعد فترة ما بعد الظهر من الساعة الثالثة مساءا وكذا فترة السهرة ،

هى اكثر فترات المشاهدة تركيزا . ويبدو ان ذلك يعودالى ارتباط فترة ما بعد الظهر — عادة — باذاعة المباريات الرياضيـة ، وفى المسـاء والسـهرة بالمسلسلات والأفلام التليفزيونية والتى تعد لدى القرويين على ما يبدو الدافع الرئيسى لحيازة التليفزيون أو التعرض له .

وعادة ما تتم مشاهدة التليفزيون فى اطار جمعى أو اسرى ويندر أن تتم بصورة فردية حيث كثيرا ما يجلس الفـرد لمشاهدة التليفزيون فى حضـور الأهل او الاصدقاء ، أو الجيران وغيرهم ممن يشاركونه المشاهدة ، وعـادة تدور المناقشـات والتعليقات المتبادلة بينهم اثنـاء المشاهدة . والتى كثيرا ما تأخذ روح الدعابة والسخرية والحرج احيانا من بعض المشاهد وبالذات تلك التى تخرج عن التقاليد والأعراف التى يخبرها القرويون ومن ذلك صور العناق بين الرجال والنساء والرقص وغيرها . ويعد الرجال فى ذلك أكثر شـعورا بالسخط والحرج من النساء لدى مشاهدة هذه الصور وقد عبر العـديد من من المبحوثين فى حوارهم معنـا عن ترفهم واشمئزازهم من بعض ممارسـات التليفزيون وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : « والله كلام فاضى ومسخرة يا استاذ » . « الواحد بيحرج لما بيبقى قاعد مع أولاده ويشوف الكلام الفاضى ده » . انـا والله لولا الأولاد ما اخلى التليفزيون ده ، « التليفزيون خراب » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن عـدم الرضى والرفض من بعض المشاهـد التليفزيون التى كثـيرا ما ترد فى المسلسلات والأفـلام والاعلانات التليفزيونيـة التى تحظى باقبـال واهتمام قطاع واسع من القرويين بالذات فئات النساء والشباب .

وقد دفعتنا هذه الاستجابات الى محاولة تعميق الحوار مع المبحوثين ، للوقوف على حقيقـة الصورة الذهنية ومدى المصداقية التى يحظى بهـا التليفزيون لدى القرويين . ويبدو أن الطريقة التى تم بها ادخال التليفزيون الى القرية ، واقتصار تشغيله فى المقاهى على المبـاريات الرياضية والأفـلام ، وافراط السياسة الاعلامية فى اطار الظروف التى مرت بها الدولة فى أواخر الستينيات والسبعينيات الى ترويج المضامين الترفيهية والخيالية الى ارتبـاط التليفزيون فى اذهان العديد من القرويين بأنه وسيلة للفرجة والمتعة والانبساط وليست وسيلة ثقافية تعليمية اخبـارية ، فالتليفزيـون مطلوب فى البيت لا لشيىء سوى للفخـرة وادخال البهجة والسرور على الأولاد أو لمنعهم من الاختلاط بأولاد الجيران ، أو لشغل وقت الفراغ ، أو لمنع الشعور بالوحدة . هذه النظرة الترفيهية للتليفزيون تظهر بوضوح فى الثقافة القروية فى حالـة وفاة احد افراد الأسرة ، أو احد الجيران ، حيث يغلق التليفزيون تماما فى هذه الحالة ، ولأيام طويلة تعبيرا عن الحزن اذ لا يصح الفرجة على التليفزيون والانبساط والمتعة فى اطار هذه الثقافة ، مع ظروف الحـزن التى يمر بهـا الآخـرون .

وبجانب هذه النظرة الترفيهية للتليفزيون ، لسنا تصور متنامى ولافت للنظر لدى العديد من الفئات وبالذات لدى جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين بل وأيضا بعض المتعلمين بالقرية بأن التليفزيون « حرام » . وقد تأكد لدينا ذلك وبصورة واضحة حينما طرحنا على المبحوثين من أفراد العينة السؤال المباشر الآتى : **هل التليفزيون حلال أم حرام ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين اللفظية عن هذا السؤال :

جدول رقم (٧)

(رأى المبحوثين فى جهاز التليفزيون)

الرأى	العـــدد	٪
التليفزيون حلال	٩٠	٤٥
التليفزيون حرام	٧٠	٣٥
لا رأى	٤٠	٢٠
المجمـــوع	٢٠٠	٪١٠٠

وتشـــير بيانات الجدول ، أن نسبة غير قليلة تصل الى (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين ، ترى أن الفرجة على التليفزيون أصبحت « حرام » نتيجة لما يقدمه من مشاهد يعتبرونها من وجهة نظرهم خارجة عن التقاليد ويحرمها الدين . ومع ادراكنا لافتعال طرح التساؤل بهذا الشكل المباشر ، وبالتالى افتعال نتيجة الاجابة عليه ايضا ، لاحتمالية أن يتجه المبحوث وبصورة آليـــة بدافع الغيرة على الدين أو الظهور بمظهر التدين .. الخ الى اصدار حكمـــة « بحرمانيـــة » التليفزيون ، الا أن الدلالة الحقيقية حتى لمثل هـــذه الاجابة الافتعالية ، هو تأكيد وجـــود موقف رافض لدى قطاع غير قليل من القرويين نحو ممارسات التليفزيون . واذا كان هذا الرفض يبدو مظهريا أو شكليا ازاء حرص الفرد على حيازة التليفزيون أو التعرض له ، مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى هذا المجال ، الا أن خطورته ، وهذا ما يعنينـــا فى مجال التـــأثير الثقافى ، تكمن فى اضعاف المقدرة التأثيرية للتليفزيون ، والنظر الى ما يقـــدمه من مضـــامين سواء فى شـــكل مسلسلات أو أفلام أو اعلانات أو برامج ثقافية واخبارية على انها اشـــياء غـــير منطقيـــة أو خيـــالية ، وانهـــا فقط للفرجة والمتعـــة والتســـلية و لاعلاقة لها بدنيـــا الواقع الحقيقى ويستحيل تمثلها . وهذا ، على ما يبدو ، هو الاطار النفسى الفعلى الذى أصبحت تفهم وتفسر فى اطاره الكثير مـــن المضامين التليفزيونية وبالذات تلك المتعلقـــة بالمسلسلات والأفلام التى يكثر رواجها لدى القرويين .

ومع ذلك ، وفى اطار هذا الجو النفسى والنظرة الثقافية الى التليفزيون يستخدم الافراد وبالذات جماعة شباب الفلاحين والحرفيين والصبية بالقرية بعض التعبيرات والمصطلحات التى ترد بالذات فى المسلسلات والاعلانات التليفزيونية للتندر وإطلاق الأوصاف على بعضهم البعض ، « يا واد ياحامو » « حتسنك » ، « اصحى للون » الى غيرها من التعبيرات السوقية التى عادة ما ترد فى بعض المسلسلات التليفزيونية وتظل هذه التعبيرات تتداول لفترة ثم تختفى بعد انتهاء عرض المسلسل ليظهر مصطلح أو تعبير آخر ويختفى وهكذا .

ويكشف الحوار مع جماعة المبحوثين ، حول القنوات التليفزيونية المفضلة عن ميل الغالبية العظمى من المبحوثين الى اقرار تفضيل القناة الأولى بالتليفزيون ، ويبرر هذا التفضيل على اساس انها « بتجيب برامج حلوة » ومع ذلك ، فان الملاحظة الميدانية لسلوك تعرض المبحوثين للتليفزيون تكشف عن عدم وجود تفضيل معين لقناة بعينها ، ولكن يرتبط الامر بما تقدمه كل قناة من مضامين تتعلق اساسا بالمسلسلات والافلام والمباريات الرياضية . فقد تبين لى مثلا أن نشرة اخبار الساعة التاسعة مساءا لم تكن تحظى بأدنى قدر من الاهتمام فى النصف الثانى من شهر رمضان بالمقارنة بالاقبال الواسع للافراد بالقرية على مشاهدة مسلسل « ليالى الحلمية » الذى بدأ يذاع فى تلك الفترة على القناة الثانية فى نفس توقيت اذاعة نشرة الاخبار على القناة الأولى .

وتتأكد هذه الملاحظة الميدانية مرة اخرى ، فى الحوار مع جماعة المبحوثين حول مدى تفضيلهم بين مشاهدة الافلام والمسلسلات العربية والافلام والمسلسلات الاجنبية اذا ما تصادف أن قدمت فى الوقت ذاته على قناتى التليفزيون الأولى والثانية ، فقد مالت الغالبية العظمى من المبحوثين وبالذات جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين الى الاعراب عن تفضيلهم عندئذ لمشاهدة الأفلام والمسلسلات العربية ، وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى « يا عم احنا فهمنا عربى لما حنفهم اجنبى » ، « هيه الأفلام الاجنبية حلوة صحيح بس الواحد ما بيعرفش يتابعها كويس »،« فى الافلام الاجنبية بيبرطموا كتير وعلى ما الواحد بيجى يقرا ما بيلحقش » ، الى غيرها من الاستجابات التى تشير الى سيادة تفضيل مشاهدة المسلسلات العربية على نظيرتها الاجنبية لدى المبحوثين ، وهى نتيجة لها دلالتها عند مناقشة تأثيرات البرامج الوافدة أو الاجنبية فى القرية المصرية .

وفى محاولة للتعرف على نوعية البرامج والمضامين التليفزيونية الاكثر رواجا وانتشارا بين القرويين طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى :
ممكن تقولى الحاجات اللى بتتفرج عليها دايما فى التليفزيون وتحب تتابعها

على طول ؟ وتكشف استجابات المبحوثين على هـذا التساؤل عن تفضيل البرامج التالية : المباريات الرياضية ، المسلسلات العربية ، الأفلام ، البرامج الدينية « الشيخ الشعراوى ، ومصطفى محمود ، » برنامج عالم البحار ، نشرة الأخبار والاعلانات التجارية وبرامج المرأة والطفل على الترتيب وفقا لمعدلات تكرارها ، وكان اللافت للنظر غياب اية اشارة الى البرامج الثقافية او التعليمية وبرامج التوعية والارشاد الزراعى وغيرها من المضامين والبرامج التى يقدمها التليفزيون ، ويلاحظ هنا أن الانتماءات الاجتماعية والمهنية تلعب دورها فى تحديد ترتيب تفضيل مشاهدة هذه البرامج ، فالنساء مثلا فضلن فى المركز الأول المسلسلات العربية فى حين يفضل الرجال المباريات الرياضية ، ويهتم الحرفيون والعمال والطلبة والتجار فى المقام الاول بمشاهدة المباريات الرياضية فى حين تحظى المسلسلات والافلام بأفضلة المشاهدة على المباريات الرياضية لدى جماعة الفلاحين والمهنيين والموظفين وهكذا .

وأيا كانت درجة تأثير التمايزات الاجتماعية والمهنية فى تحديد افضليات المشاهدة التليفزيونية ، فان المراقبة المتعمقة للاسر الخمس محل دراسة الحالة ، تكشف، أن الأبناء لعبوا الدور الاساسى فى انتقاء القناة او البرنامج الذى سيجتمع حوله اعضاء الأسرة لمشاهدته ، ويلى ذلك الزوجات واخيرا يأتى دور رب الاسرة الذى يبدو أن دوره يتقلص فى هـذا المجال الى حد كبير مما يشير الى الدور البالغ الذىيلعبه الابناء فى توجيه استخدام التليفزيون فى القرية المصرية . وبالتالى مدى الاستفادة من هذه الوسيلة الاتصالية .

ويكشف الحوار مع المبحوثين حول مدى اهمية التليفزيون فى حياتهم عن ميل الغالبية العظمى من المبحوثات من افراد العينة الى تاكيد ضرورة التليفزيون ، فى حين تباينت أراء المبحوثين من الرجال حول هذا الموضوع . فالبعض منهم وبالذات فئات الحرفيين والطلبة والتجار اشار الى ضرورة التليفزيون فى حين اشار البعض الآخر وبالذات فئات الفلاحين والمهنيين والموظفين الى عدم ضرورته ورددوا فى ذلك استجابات مثل : والله اهو ذى عدمه ، هو زينة فى البيت وبس ، مش ديما ، الى غيرها من التعبيرات التى تكشف عن تدنى مكانة التليفزيون فى حياة هؤلاء الأفراد .

ويكشف الحوار مع المبحوثين الذين عبروا عن ضرورة التليفزيون(*) ، حول جوانب استفادتهم من التليفزيون فى حياتهم عن اعادة تاكيد الاستخدام الترفيهى للتليفزيون ، كما يوضح الجدول التالى :

(*) بلغ عدد هؤلاء ١٤٠ مبحوثا فقط من اجمالى المبحوثين البالغ عددهم (٢٠٠) مبحوثا .

جـدول رقم (٨)

« أوجه الاستفادة من التليفزيون »

أوجه الاستفادة	العـدد	٪
فى التسلية وتضييع الوقت	٨٠	٥٧ر١٤
فى معرفة احوال الدنيـا	١٥	١٠ر٧٢
الواحد بيتعلم حاجات كثيرة من التليفزيون	١٢	٨ر٥٧
بيعرف الناس قرارات الحكومة	٨	٥ر٧١
بيعرف الواحد ازاى يصرف فى المشاكل	٢٥	١٧ر٨٦
المجمـوع	١٤٠	١٠٠٪

وتكشف بيانات الجدول ان الجـانب الاكبر من المبحوثين (٥٧ر١٤٪) يستفيد من التليفزيون فى التسليـة وتضييع الوقت فى حين لم تتجاوز نسبـة الاستفادة من التليفزيون فى معرفة احوال الدنيا مثلا (الوظيفـة الاخبارية) او التعلم من التليفزيون عن (١٠ر٧٢ ٪) و (٨ر٥٧ ٪) على الترتيب ، الامر الذى يؤكد سـيادة النظرية الترفيهية والاسـتخدام الترفيهى للتليفزيون فى مجتمع القرية .

٣ ـ الصـحف :

ظل دور الصحف فى اطار انتشـار الامة وصـعوبة المواصلات محدودا فى القرية المصرية طوال فترة الخمسينات مع تحسن طفيف وبطىء خلال حقبتى الستينيات والسبعينيات فى اطار تزايد تواجد الموظفين واعـداد المتعلمين فى القرى وتحسـن طرق ووسـائل المواصـلات او فك عزلة الريف بصفة عامة واصبح من المألوف الآن ان نشاهد اكشـاك توزيع الصحـف فى الكثير من القرى المصرية وبالذات القرى « الام » . وفى قرية « تطـاى » يوجد موزع للجرائد ترد اليه الصحف من مركز السـنطة وتشمل مختلف انواع الجرائد والمجلات اليوميـة والاسبوعية ، وخلال حقبة الثمانينيات وفى اطار الانتعاش المـادى الذى عايشته بعض الاسر نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة واعادة توطين الموظفين فى قراهم ... الخ . كان يتم الاتفاق بين موزع الصحف وبعض الأسر بالقرية من مختلف الفئـات لتزويدها بجريدة او اكثر مقابل أجر مـادى يدفع فى نهاية كل شهر . اما الآن وبعد ارتفـاع أسعار الصحف ، فقد تلاشى هذا السلوك واصبح حصول الأفراد على الصحف يأتى من خلال الشراء المباشر

من مكـــان توزيع الصحف ســـواء فى القرية او بالمدن المجـــاورة التى يتردد الأهـــالى عليها سواء للعمل او المبادلات التجارية .

وقد اتجه الحوار بداية مع المبحوثين حول الصحف للتعرف على الصورة الذهنية لديهم حول هذه الوسيلة الاتصـــالية ، حيث تبين لنا بوضوح أن القرويين يتعاملون مع الصحف منذ بداية معرفتهم بهـــا باعتبارها اداة للتثقيف ومعرفة أخبـــار الحكومة واحوال الدنيـــا ، وأن هذا الفهم يتســـاوى لدى كافة الفئـــات الاجتماعية والمهنية بالقرية ، ومع ذلك نلمس تصورا متزايد لدى عـــدد غير قليـــل من المبحوثين للنظر الى الصحف باعتبارها اداة للتسليـــة وقضـــاء الوقت وتخص النـــاس المتعلمين الكبـــار وسكان المدينـــة وتكشف استجاباتهم عن هـــذا المعنى : « الجرنال للتسلية » ، « الجرنال للمدينـــة مش هنـــا يا بيه » ، « الجرنال النهاردة غـــالى يا عم » الى غـــيرها من الاستجابات التى تشير الى التحول المتزايد فى الرؤية التقليدية للقرويين نحو الصحف وذلك فى اطـــار خلو مضمونها من الاحداث الهامة أو المتعلقة بالقرويين وغلو اســـعارها وقيـــام وســـائل الاتصال الاخرى بمهمة نقل الاخبار بصورة اسرع واكثر حيوية وملاءمة للقرويين .

ويظهر الحوار مع المبحوثين من مختلف الفئـــات حول مدى تعودهم على قراءة الجرائد عن انخفاض ملحوظ فى معـــدلات تعرضهم اليومى للجرائد ، ويوضـــح الجدول التالى هذه الحقيقـــة .

جـــدول رقم (٨)

« درجة تعود المبحوثين على قراءة الجرائد »

درجـــة التعود	العـــدد	٪
يقراها كل يوم	٤٠	٢٠
احيـــانا	٧٠	٣٥
لا يقراها	٥٠	٢٥
لا يعرف القراءة	٤٠	٢٠
المجمـــوع	٢٠٠	١٠٠ ٪

وتكشف بيانات الجدول أن (٢٠ ٪) فقط من اجمالى افراد العينة هى التى تقرأ الجرائد بصـــورة منتظمة ويوميـــا وحتى هذه النسبة تبدو مبالغ فيهـــا وغير واقعيـــة فى اطار حرص بعض المبحوثين وبالذات جماعة الموظفين والطلبة

الظهور امامنا بمظهــر المتعلم او « المتنــور » فى حين تكشف الملاحظة الميدانية المباشرة عن خروج أعـــداد غير قليلة من الأفراد عن دائرة الانتظام اليــومى فى قراءة الجرائد نتيجة لارتفــاع اسعارها ، وتقلص فرص تبـــادل الجرائد او استعارتها نتيجة لضـــيق الوقت واشتغال الفرد بأكثر من مهنـــة واحدة ، فضـــلا عن رتابة وروتينيـــة المعلومات والاحداث التى تقدمها الصحف ، ومع ذلك تظل نسبة غير قليلة (٣٥٪) من اجمـــالى المبحوثين تقرأ الجرائد احيـــانا او بالمصـــادفة سواء بالشراء حينمـــا تتاح لها الفرصـــة لذلك أو من خلال الاستعارة من الآخرين فى المواصلات واماكن العمل وغيرها .

وقد اوضح بعض المبحوثين من أفراد العينة الذين قرروا عـــدم قراءتهم للصحف رغم توافر مهـــارة القراءة لديهم والبالغ عددهم (٢٥٪) من اجمـــالى المبحوثين انهم كانوا يقرأون الجرائد من قبل ، ثم توقفوا ، وأن سبب هذا التوقف يعود وفقا لاستجاباتهم اللفظيـــة الى ضـــيق الوقت او المشغولية على حـــد تعبير بعض المبحوثين ، ولكن يبدو أن السبب الحقيقى وراء هـــذا التوقف يعود فى رأينـــا — الى ارتفاع اسعار الصحف ، وهو الامر الذى يكشف عنه احد المبحوثين ، وهو موظف بالجمعيـــة التعـــاونية بالقرية ، بقوله : « أنا حجيب ستة جنيه للجرنال كل شهر منين ، هو المرتب فيه كام ستة جنيه» ما اجيب بهم عيش لأولادى أحســـن » .

وقد تبدى انخفاض معدل تعرض المبحوثين للصحف بالقرية مرة أخرى ، عندما عاودنا طرح الســـؤال الآتى عليهم : **يا ترى آخر مرة قرات فيها الجريدة كانت امتى ؟** فقد ذكر الجانب الاكبر من المبحوثين الذين اقروا بقراءة الجرائد ، ان ذلك كان من يومين ثلاثة ، وتدنى الى حد كبير نسبة من أشار الى « اليوم » او حتى « امس » ، وحصرا ، بلغ عـــدد هؤلاء «٢٠» مبحوثا من اجمـــالى (١١٠) مبحوثا اقروا بقراءتهم للجرائد ، الامر الذى يؤكد مرة أخرى انخفاض معدلات الانتظام اليومى فى قراءة الجرائد لدى القرويين على اختلاف فئاتهم المهنيـــة .

وقد حرص الجـــانب الاكبر من المبحوثين ، ممن يقرأون الصحف ، فى حديثهم معنـــا حول عـــدد الجرائد التى يقراونها ومصـــدر الحصول عليها ، على تأكيـــد انهم يقراون اكثر من جريدة واحدة ، وانهم يشترون هذه الجرائد وهو اقرار ينبغى ان ياخذ بشيء من التحفظ فى اطار محاولة البعض وبالذات فئـــات الموظفين والمهنيين والطلبة الظهور امامنـــا بمظهر المتعلم الذى يقرأ اكثر من جريدة والقـــادر على شرائها ، وليس العاجز عن هذا الشراء ، على ضوء نزعة المظهرية اوحب المجاراة ، التى توجه حديث هؤلاء الافراد باعتبارهم من مثقفى القرية ، وهو أمر يتناقض تمـــاما مع المعطيات الواقعية وبيـــانات الملاحظة الميدانية ، التى تكشف أن جانبا كبيرا من الافراد ، وبالذات جماعـــة

الفلاحين والعمـــال والموظفين وبالتحديد من متوسطى وكبار السن من أعضاء هذه المهن ، تقرا جريدة واحدة ، ومن خلال الاستعارة من الآخرين .

وبصرف النظر عـــدد الجـــرائد التى يقراها المبحـــوثون ، أو مصـــدر الحصول عليهـــا ، فان الامر الاكثر اهميـــة يتعلق بالوقت المستغرق عـــادة فى قراءة الجريدة ، ويظهر الحوار فى هـــذا الجانب ، أن وقت الفراغ المتاح وليس طبيعة المضـــامين المثارة ، هو العنصر الحاسم فى تحديد مدة تعرض الفرد للجريدة ، وهو أمر يتفق مع الصـــورة الذهنيـــة التى توجه تعـــامل القرويين مع الصحف ، على النحو الذى اشرنا اليه من قبـــل ، فالمســـالة ما هى الا مســـالة تسلية وقضـــاء وقـ تالفراغ والالمـــام ببعض القرارات التى تتخذها الحكومة فاذا ضـــاق وقت الفراغ قلت مدة القراءة أو حتى اهملت الصحيفة تماما . وعلى ضـــوء هـــذه الحقيقـــة ، اقر الجـــانب الاكبر مـــن المبحوثين بنسبة (٥٥٪) ان الوقت المستغرق فى قراءتهم للجريدة يتوقف على الوقت المتـــاح للفرد « حسب الظروف ولم تتجاوز نســـبة من أقر بقراءته للجريدة لمدة ســـاعة او اكثر عن (٢٠٪) واشـــار بقية افراد العينة (٢٥٪) الى معدلات منخفضـــة للوقت المستغرق فى القـــراءة ، يتراوح بين خمس دقائق ونصف ســـاعة وهى معدلات لا تكفى الا للالمام السريع بموضـــوعات الجريدة دون تدقيـــق أو تمحيص .

وتكشف الملاحظات الميدانية ، أن للاختلافات الاجتماعية والمهنية بين الافراد علاقة مباشرة بالوقت المستغرق فى قراءة الجريدة ، فالذكور اكثر تفوقا من الاناث فى الوقت المستغرق فى قراءة الجريدة ، كمـــا أن جمـــاعة الشيوخ (٦٠ ســـنة فأكثر) اقل تعرضـــا من حيث الوقت المستغرق فى قراءة الصحيفة من الشباب ومتوسطى العمر ، رغم توافر الوقت لديهم نتيجة لضعف حاسة الابصـــار لديهم ، كذلك ، فان جمـــاعة الموظفين والمهنيين والحرفيين على الترتيب تعتبر نسبيا من أكثر الفئـــات المهنية اســـتغراقا فى قراءة الصحف بالمقارنة بفئات اخرى مثل العمال والفلاحين والطلبة والتجار .

وأيا كانت هـــذه الاختلافات ، فان المراقبة المتعمقة لمسلك القراء على اختـــلاف انتماءاتهم الاجتماعيـــة والمهنية فى التعـــامل مع الصحف يؤكد تدنى الوقت المستغرق بصفـــة عامة فى قراءة الصحف ، حيث عادة ما يقوم الفرد بتصفح سريع للعنـــاوين الرئيسية لصفحات الجريدة أو انتقاء مضـــامين معينة دون سواها يغلب عليها هنـــا ، الصفحات الرياضية ، والحوادث ، والاخبار الداخلية وفقـــا للاهتمامات المختلفة .

ويظهر الجـــانب الاكبر من المبحوثين فى اســـتجاباتهم عن تساؤلنـــا **يا ترى أنت متعـــود تقرا جـــريدة معينـــة بالـــذات ولا اى جـــريدة ؟**

ميلا واضحا لتأكيد ارتباطهم بجريدة معينة ، وتأكد لدينا هـذا الميل بمراقبة مسلك القراء فى تعاملهم مع موزع الجرائد بالقرية ، حيث يفضل الأفراد شراء جريدة بعينها ، ويبدو ان هذا التفضيل يعود فى المقام الاول الى عامل التعود ، بصرف النظر عن اية اعتبارات أخرى قد تتعلق مثلا بالمصـداقية ، أو نوعية كتاب الجريدة ومواقفهم ، او المضمون او الاخراج ... الخ . وكان من اللافت للنظـر أن يتجه بعض المبحوثين من جماعـة الحرفيين الى تأكيد ارتباطهـم بجريدة معينـة بسبب ميولها الرياضية .

ويبدو ان مركز المجلات الاسبوعية فى القرية ضـعيف الى اقصى حـد لدرجة ان ورود هذه المجلات الى موزع الصحف بالقرية يقتصر على الاتفـاق المسبق مع الموزع على احضارها وتتحـدد اسـاسا فى مجـلة الاذاعة والتليفزيون ، يبـدو بسبب البرامج التعليمية التى تنشرها هذه المجـلة ، وآخر سـاعة ، والاهلى الرياضى وقد برر العـديد من المبحوثين أسباب عدم اقبالهم على قراءة المجلات لعوامل تعود الى ارتفاع أسعارها وعدم وجود وقت لديهم واكتفائهم بقراءة الجرائد افضل .

وقد أظهر عـدد قليـل من المبحوثين بين جماعـة الفلاحين والعمـال والحرفيين وبالذات النسـاء منهم ، عجزا واضـحا فى القدرة على حصر اسمـاء بعض الجرائد الحزبيـة الموجـودة فى السـوق ، وقد تزايد هـذا العجز بين الفئـات المهنيـة الاخرى حينمـا طلب منهم تحديد يوم صـدور كل جريدة حزبية ، ولم نصـادف حالة واحدة بين جمـاعة المبحوثين على اختلافهم استطاعت حصر جميع الصحف الحزبيـة ويوم صدور كل منهـا مما يشـير الى ضعف مركز هذه الجرائد ايضـا فى مجتمع القرية ، ومع ذلك يمكن القول ان اسـماء جرائد الوفد والشعب والاهالى على الترتيب معروفة لدى نسبة غير قليلة تصل الى (٤٠٪) من جمـاعة المبحوثين القادرين على القراءة فى عينـة البحث .

بيد ان اللافت للنظر ، هو ذلك المركز المتصـاعد الذى تحتله جريدة الوفد ، وبالذات بعد صـدورها اليومى ، فقد أصبح مركز هذه الجريدة فى مجتمع القرية ينـافس مركز الصحف القومية مثل الاخبار ، الجمهـورية والاهرام ، ذات التاريخ الطويل فى مجتمع القرية ، وفى اطار ارتفـاع أسعار الصحف ، وانخفاض ظاهرة شراء الفرد لأكثر من جريدة واحدة ، كثـيرا ما يقارن الفرد لحظة الشراء بين شراء جريدة الوفد او الجريدة القومية التى تعود شرائها ، وكثيرا ما يميـل الى شراء جريدة الوفد فى اطار تنـوع موضوعاتها بعد أن أصبحت يومية ، وما تحمله من عنـاوين وانتقادات صارخة لممارسات الحكومة ، وانحرافات بعض المسـئولين ، على النحو الذى يستهوى القرويين ويفضلونه ، ولا تقوم به الصحف اليوميـة الاخرى ، ويدعم ذلك

انخفاض نسبة مرتجعات جريدة الوفد التي ترد الى موزع الصحف بالقرية حيث يصل حوالى (١٢٠) نسخة يوميا من الجريدة تباع جميعها يومى الاحد والخميس (حيث يعقد سوق القرية) ولا يتجاوز حجم المرتجعات فى بقية ايام الاسبوع عدد يتراوح بين ٢٠ — ٢٥ نسخة ، وكذلك اختفاء هذه الجريدة فى الساعات الاولى من الصباح عند ورودها الى القرية لدى حدوث ازمة او احداث هامة كتغير الوزارة ، او وقوع حادثة اغتيال او اطلاق نار او حريق ضخم مثل الحريق الذى وقع بمبنى التليفزيون او فندق شيرتون المطار مؤخرا . فى هذه الاحوال يرتفع مركز الصحف الحزبية ، ويتزايد اقبال الافراد عليها بحثا عن اية معلومات تؤيد الاشاعات التى تتناقلها مصادر الاتصال الشخصى لمثل هذه الاحداث ، او ما يخالف الرواية الرسمية التى تتناقلها اجهزة الاعلام الحكومية ، ويظل الامر هكذا متى ظل الحدث ساخنا ثم ما تلبث الامور فى العودة الى سيرتها الطبيعية حيث يضعف مركز الصحف الحزبية ، ويعود مركز الصحف القومية الى وضعه الطبيعى والمعتاد باعتبارها الصحف الاكثر رواجا وانتشارا .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على نوعية المضامين المفضلة لديهم فى الجرائد التى يقراونها ، وتحدد السؤال على النحو التالى : **يا ترى ايه الموضوعات اللى بتحب تقراها دايما فى الجريدة اللى بتقراها ؟** وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل عن رواج ترديد الموضوعات التالية : الرياضة ، والاخبار الداخلية والخارجية ، والحوادث وجدول برامج الاذاعة والتليفزيون ، والوفيات ، ذلك لدى كافة الفئات المهنية والاجتماعية دون تمايزات الامر الذى يعيد تأكيد ما سبق أن اشرنا اليه من قلة الوقت المستغرق فى قراءة الجريدة وتنامى نظرة التسلية الى الجرائد لدى القرويين عوضا عن النظرة التقليدية المعروفة لديهم عن الصحف باعتبارها اداة للتثقيف ومعرفة اخبار الدنيا وأحوال الحكومة . ويبدو أن لروتينية الاخبار التى تنشرها الصحف وركود الاحداث فى المجتمع بصفة عامة ، وانصراف جل مضمون الصحف عن مناقشة قضايا ومشاكل القرية المصرية له علاقة بهذا التغيير فى نظرة القرويين الى الصحف واسلوب تعاملهم معها .

وقد عاودنا التأكد من صحة هذه الحقائق مرة اخرى ، عندما جرى طرح السؤال الآتى على المبحوثين من القراء ، **طب اول متمسك الجريدة متعود تقرأ فيها ايه بسرعة وبعدين ايه بالتفصيل ؟** وهنا عاود المبحوثين على اختلافهم ، الحديث عن قراءة العناوين (المانشتات) بسرعة ثم قراءة أخبار الرياضة والجريمة بالتفصيل واللافت للنظر هنا غياب اية اشارة الى المقالات الافتتاحية او السياسية وكتاب الاعمدة الثابتة ،

مما يشير الى تدنى المهمـــة التثقيفيـة او التوجيهيـــة للصحف فى القرية المصرية .

ومع ذلك ، يبدو أن الصحف كأداة اتصـــالية قد استقرت كظـــاهرة اجتماعية فى حيـــاة القرويين ، وقد تبدى ذلك بوضـــوح عندما طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : **هل النـــاس فى البـــلد ممكن أن تستغنى عن الجـــرائد ؟** حيث مالت النسبة الغالبـــة من جماعـــة القراء وبالذات فئـــات الموظفين والمهنيين وبعض الحرفيين الى النفى وتأكيد اهمية وجود الجرائد وعدم القـدرة على الاستغناء عنها . ويبدو أن سبب تمســك هـــؤلاء الأفراد بالصحف رغم فقدان مصداقيتها وتراجع مركزها الاتصـــالى بالمقـــارنة بالوسائل الاتصـــالية الاخرى يعود الى استفادة بعض الجماعات بالقرية من الصحف فى تدعيم قدراتها الاتصـــالية ، وخلـــق موضـــوعات للحـــوار مع الآخرين[١] . والظهور أمام الآخرين بمظهر « العـــارف » و « المثقف » الذى يقرأ الجرائد ويحملها معه فضـــلا عن المهام الاخرى التى تقوم بها الصحف فى مجال الاعلان عن فرص العمـــل فى الداخل والخـــارج خصـــوصا مع تزايد البطالة ، وفى التسلية وتضييع الوقت ومعرفة مجريات الأمور فى الدولة بصفة عامة حتى من قبيـــل الفرجة والالمـــام بالشىء بصرف النظر عن مدى صـــدقته أو جديته .

٤ — اشرطة التســـجيل :

بدأ ظهور اجهزة التسجيل فى القرية المصرية بصورة ملحوظة منـــذ النصف الثانى من حقبتى السبعينيات معتدلى نطاق ظاهرة الهجرة المؤقتـة للقرويين للعمل بالدول العربية المجاورة بالذات الى ليبيـــا والعراق والأردن وغيرها ، حيث كان يحرص البعض وبالذات جماعة الفلاحين والحرفيين على شراء جهاز تســـجيل عند عودة كل منهم من الخارج ، وقد تزايد انتشـــار هذه الاجهزة ورواجها بعـــد ذلك فى القرية المصرية بعـــد اتساع نطاق ظاهرة الهجرة والانفتـــاح والرواج المـــادى بالقرية حتى اصبحت اليوم احد معالم مكونات بنيـــة الاتصـــال الهامة بالقرية المصرية .

وقد أقر الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٥٥٪) من اجمـــالى افراد

---

(١) تكشف الملاحظة الميدانية المباشرة هنـــا ان الصحف تلعب بالذات الدور الاساسى فى تغذية أنمـــاط الاتصـــال الشخصى بالمعلومات ، حيث كثيرا ما يستعين الأفراد من جمـــاعة قراء الصحف فى ابداء وجهة نظرهم فى القضايا والمشكلات المختلفـــة بما قد تطرحـــه الصحف من مواقف وتصورات بصرف النظر عن مـــدى اقتناع الأفراد بهـــا ، وهو الأمر الذى ينبغى ان يأخذ فى الحســـبان عنـــد مناقشة تأثير ادوات الاتصـــال وتحديد مركز وفاعلية كل أداة فى النظام الاتصـــالى بالقرية .

العينـــة البالغ عـــددهم (٢٠٠) مبحوثا بحيازتهم لأجهزة التسجيل ومع ذلك ، فان نسبة التعود أو الانتظام فى سماع شرائط هـــذه الاجهزة تبـــدو منخفضة نسبيا بالنظر الى حداثة هذه الاجهزة من جهـــة ، والارتفاع النسبى فى نفقات تشغيلها بسبب ارتفاع أسعار الشرائط من جهـــة أخرى ، ويكشف الجدول التالى عن هذه الحقيقة :

جـــدول رقم (٩)

(درجة تعود القرويين على سماع شرائط التسجيل)

درجة التعود	العـــدد	٪
دائمـــــا	٧٠	٣٥
احيـــانا	١٢٠	٦٠
لا يسمعها	١٠	٥
المجمـــوع	٢٠٠	١٠٠٪

ويكشف البيانات أن (٣٥٪) فقط من اجمـــالى المبحوثين اقر بتعوده على سـماع شرائط التســجيل بانتظام . فى حين أن النســبة الغالبة (٦٠٪) اوضحت انهـــا تستمع الى هـــذه الشرائط بصورة غـــير منتظمة أو احيانا . ولم تتجاوز نســبة من لا يستمع الى هذه الشرائط على الاطلاق (٥٪) من اجمـــالى المبحوثين وقد ارجعوا ذلك الى أسباب تعود الى عدم حيازة جهاز تســجيل أو عدم التعود ... الخ .

وكان من الطبيعى أن نعاود التثبت من معدلات تعرض المبحوثين لأجهزة التسجيل ازاء اقرار الغالبية (٦٠٪) باستماعها الى هذه الاجهزة بصورة غير منتظمـــة « احيـــانا » على النحو الســـابق ، ولذا طرحنا عليهم السؤال الآتى : **يا ترى آخـــر مرة استمعت فيهـــا لشرائـــط التسجيل كانت امتى ؟** وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التســـاؤل عن انخفاض معدلات التعرض اليومى أو المنتظم لأجهزة التســجيل ، فقد اختفت تماما نسبة من اشـــار الى « اليوم » أى يوم اجراء الحوار ذاته ، ولم تتجاوز نسبة من أشار الى « امبـــارح » (٢٥٪) من اجمـــالى المبحوثين ، واظهرت بقية الاستجابات مدة زمنيـــة أطول تراوحت بين « من يومين ثلاثة » « واسبوع » واكثر من اسبوع و « شـــهر » ممـــا يؤكد انخفاض معدلات التعرض اليومى أو المنتظم لأجهزة التســجيل .

وتكشف المشاهـــدات الواقعية لمسلك القرويين فى التعامل مع اجهـــزة

التســـجيل ان للتمايزات الاجتمـــاعية والمهنية علاقة مباشرة بمعدلات التعرض المنتظم لهذه الوســـيلة الاتصالية فالشـــباب أكثر انتظاما فى التعرض لأجهزة التســـجيل من متوســـطى وكبـــار السن ، كما أن النساء وبالذات ربات البيوت أكثر من الرجال اقبالا على سماع أشرطة التسجيل كذلك ،فان جمـــاعة الحرفيين والعمـــال والتجار تعد من أكثر الفئـــات المهنيـــة انتظاما فى سماع أشرطة التســـجيل وهكذا .

وفى محاولة للتعرف على مـــدى ارتباط القرويين بأجهزة التسجيل او حاجتهم اليهـــا ، توجهنـــا الى المبحوثين بالســـؤال الآتى : **لو قعدت فترة طويلة ما تسمعش فيها لشرائط التسجيل ياترى تشـــعر بحاجة ؟** ويكشف الجدول التـــالى عن نتـــائج استجابات المبحوثين اللفظيـــة على هـــذا التســـاؤل :

جـــدول رقم (١٠)

« نتـــائج عـــدم استماع القرويين لأجهزة التسجيل مدة طويلة »

النتيجـــة	العـــدد	٪
أشـــعر بملل	٦٠	٣٠
ولا حاجة عـــادى	١٤٠	٧٠
المجمـــوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتوضـــح بيـــانات الجدول أن نسبة لم تتجاوز (٣٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين ، هى التى أكدت شـــدة ارتباطها بأجهزة التســـجيل ولذلك فهى تشعر «بملل» فى حالة انقطاعها عن ســـماع هذه الاجهزة لفترة طويلة ، وهو أمر يؤكد من ناحية دقة البيانات الســـابقة التى أشرنا اليها من قبـــل حول انخفاض معدلات التعرض المنتظم لأجهزة التســـجيل فى القرية ، ومن ناحيـــة أخرى الى الدور الترفيهى الذى تلعبه هـــذه الاجهزة فى حياة القرويين من ناحية أخرى ، فى حين أوضحت الغالبية العظمى (٧٠٪) من اجمـــالى المبحوثين أن عدم اســـتماعها الى أجهزة التسجيل مدة طويلة لا يعنى شيئا « ولا حاجة عـــادى » . ذلك أن أجهزة التســـجيل ترتبط فى أذهان هؤلاء الافراد بأنهـــا أداة للترفيه والمتعـــة وســـماع الاغانى والمواويل وقصـــائد المديح والقرآن الكريم ، ولمـــا كان الفرد منهم يســـتطيع الاستماع الى بعض هذه الاشياء من وســـائل أخرى كالراديو مثلا أو أن هذه المضـــامين لا تلبى لهم حاجة فعلية فى اطار انهماكهم فى تدبير قوت يومهم ، فان عدم الاستماع الى أجهزة التسجيل

لا يجعل الفرد منهم يشـعر بأن شـيئا ينقصه وهو المعنى الذى عبر عنه بعض المبحوثين بقولهم « حد فايق يا أستاذ للمسجلات » .

والاستماع الى شرائط التسجيل نشاط يمارسه الفرد فى أماكن متعددة يأتى على راسها البيوت ، وذلك بسبب يعود الى ارتفـاع معدلات حيـازة الأفراد لأجهزة التسجيل ويلى ذلك ، محلات البقالة والحياكة ، والمقهـى التى عادة ما يترك اصحابها اجهزة التسجيل تعمل بها طوال اليوم وبصوت مرتفع نسـبيا ، ثم فى المواصلات ووسائل النقل حيث يحرص السـائقون على تركيب جهاز تسجيل فى المركبة التى يعملون عليها مع حيازة كمية كثيرة ومتنوعة من الشرائط « لزوم التسـلية فى الطريق » على حد وصف احـد المبحوثين واخيرا لدى الجيران .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين بعد ذلك للتعرف على نوعية الشرائط المفضـلة لديهم ، وطرحنا عليهم السؤال الآتى ، **تقدر تقولى أسماء الشرائط اللى بتفضل دايمـا تسـمعها ؟** ووفقا لاسـتجابات المبحوثين على هـذا التساؤل ، تأتى شرائط الاغانى فى المرتبة الاولى « أم كلثوم ، محمد عبد الوهاب عبد الحليم حافظ ، نجـاة — فايزة على الترتيب » ويلى ذلك فى المرتبـة التالية الشرائط الدينيـة ويأتى على راسها شرائط القرآن الكريم وبالذات شرائط الشـيخ الطبـلاوى ، وعبد الباسط ، وشرائط الشـيخ كشك ، والمديح النبـوى ، وفى المرتبة الثالثة تأتى شرائط المواويل الشعبية التى تحكى قصص وحكايات شعبية بأسلوب انشـادى واللافت للنظر هنـا أن بعض المبحوثين وبالذات جماعة الحرفيين قد تحاشيوا أمامنا ترديد اسماء شرائط مثل عدوية ، وحسن الاسمر ، وعبد العمدة ، وعلى حميـدة « لولاكى » وهى نوعية من الشرائط تتميز بالميوعـة والخلاعة ، رغم كثرة وتكرار استخدامها بطريقـة يلمسـها بوضوح أى متجول فى شوارع القرية ، الامر الذى يشـير الى الدور البالغ الذى اصبحت تلعبه هذه الشرائط فى الثقافة المحلية وأهمية اجراء تحليـل لمضمونها .

ه — الفيـديو :

بدأ الفيديو يظهر بصورة ملحوظة فى القرية المصرية فى أواخر السبعينيات ومطلع الثمانينيـات ، وقد اقتصر ظهوره فى البداية على عـدد محدود من المقاهى التى سعت الى زيادة عـدد روادها الذى انخفض بشـكل ملحوظ نتيجة انتشـار اجهزة التليفزيون فى البيـوت وذلك من خلال عرض الافـلام وبالذات تلك المتعلقة بالعنف والجنس التى تستهوى جماعة الشباب وخصوصا فئـات الحرفيين والطلبة ، ثم اخذت هذه الاجهزة فى الانتشـار خلال حقبـة الثمانينيات نتيجة لعمليات الهجرة والانفتـاح التى بدات آثارها تظهر بوضوح

فى القرية المصرية خلال هذه الحقبة واصبح حيازة جهاز الفيديو مظهر من مظاهر المكانة والتفاخر بالقرية .

وتوضح بيانات الحصر الشامل لعدد حائزى جهاز الفيديو بقرية «تطاى» عن وجود ما يقرب من (٣٠) جهاز فيديو بالقرية يمتلكها الافراد ، تلاحظ أن غالبيتهم من جماعة الموظفين والمهنيين والحرفيين الذين عملوا بالخارج . بيد أن اثر هذه الاجهزة لا يتحدد فقط فى عدد حائزيها أو حتى أسرهم ولكن يمتد ليشمل قطاع أوسع حيث عادة ما تأخذ المشاهدة هنا طابعا جماعيا ، حيث يتم دعوة الاقارب والاصدقاء والجيران للمشاهدة الجماعية للفيلم ، بل أن الملاحظة الجديرة بالاشارة هنا ، هو أن بعض حائزى هذه الأجهزة لديهم جهاز للارسال « هوائى » يتيح نقل الفيلم المعروض بالفيديو الى اجهزة الاستقبال التليفزيونى فى البيوت الاخرى المجاورة وفى دائرة غير قليلة من المنطقة الواقع فيهما جهاز الفيديو المرسل وبهذه الطريقة أمكن حل مشكلة أسعار شرائط الفيديو حيث كثيرا ما يتم الاتفاق بين أهل المنطقة على الاشتراك فى دفع نفقات شراء شرائط الفيديو الجديدة مقابل استمتاعهم بالمشاهدة وهم جلوس فى بيوتهم ، ويتولى ادارة هذه العملية وجمع الاشتراكات صاحب جهاز الفيديو المرسل ويحقق من وراء هذه العملية فائضا ماليا مربحا .

وقد ارتبطت الصورة الذهنية لدى القرويين بالفيديو بالطريقة التى تم بها ادخال الفيديو الى القرية وبالذات طريقة استخدامه فى المقاهى حيث كان يكثر عرض أفلام العنف والجنس ومن هنا ينظر الكثير من القرويين الى الفيديو على أنه جهاز « للفرفشة » « والمتعة » ويتبين ذلك بوضوح فى تحرج البعض وبالذات النساء عند الحديث معهم حول مدى حيازتهم لجهاز الفيديو « يا عم الفيديو ده كلام فاضى » ، « هو احنا بتوع فيديو برده » ، « جد رايق للفيديو » « الفيديو له ناسه » « النسوان عينها بقت جامدة وبتحب تتفرج على الفيديو » « والله الفيديو ده حرام » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن عمق النظرة الترويحية والخارجة لدى القرويين عن الفيديو .

ويظهر الحوار مع المبحوثين من افراد العينة حول مدى تعودهم على مشاهدة الفيديو عن انخفاض نسبى فى معدلات التعود على مشاهدة الفيديو بين القرويين ويكشف الجدول التالى عن هذه الحقيقة .

جـــدول رقـــم (١١)

« درجة تعـــود القرويين على مشاهدة الفيديو »

درجة التعـــود	العـــدد	٪
دايمـــــا	١٠	٥
أحيـــانا	٧٠	٣٥
لا	١٢٠	٦٠
المجمـــــوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتشـــير بيانات الجدول أن (٥٪) فقط من اجمـــالى المبحوثين هى التى تشـــاهد الفيديو بصـــورة دائمة ومتعمقة ، وان (٣٥ ٪) تشاهد الفيديو من حين لآخر أو « حســـــب وقت الفراغ والظروف » فى حين أن (٦٠٪) من اجمـــالى أفراد العينة قررت بأنها لا تشـــاهد الفيديو . بيد أن اللافت للنظر عند تعميق الحوار مع هؤلاء الأفراد حول اسباب عـــدم مشـــاهدتهم للفيديو هو ميل الجانب الاكبر منهم الى الحديث عن ضيق الوقت وعـــــدم الفراغ ، بمـــا يعنى استعدادهم لمشاهدة الفيديو اذا ما توافر هذا الوقت ، رغم حديث بعضـــــهم الســـابق حو لتحريم وابتذال الفيـــديو ورواده ، مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى موقف هؤلاء ازاء الفيـــديو ، وهى الازدواجية التى يبدو أنها تســـيطر على سلوك وتصرفات القرويين فى الكثير من مناحى الحيـــاة فى الوقت الراهن .

وقد اتجه الحـــوار مع جمـــاعة المبحوثين الذين اقروا بمشـــاهدتهم الفيديو والبالغ عـــددهم (٨٠) مبحوثا للتثبت من معدلات تعرضهم للفيديو ؛ وطرحنـــا عليهم الســـؤال الآتى : **يا ترى آخر مرة تفرجت فيها على الفيديو كانت امتى ؟** حيث مالت النسبة الغالبـــــة من هـــؤلاء المبحوثين الى ترديد عبارات من قبيل « من يومين ثلاثة » « من عشرة أيام » ، « من شـــــهر » « مش فاكر والله » ، ولم تظهر بين استجابات المبحوثين من اشـــــار الى « اليـــوم » أو « امس » ، الامر الذى يشـــير الى انخفاض معدلات التعود على مشـــاهدة الفيديو وارتباط هذه المشـــاهدة بتوافر اشرطة الفيـــديو من ناحية والوقت المتاح للفرد من ناحية اخـــرى .

ومشـــاهدة الفيديو نشـــاط اصـــبح يمارسه القرويون فى أماكن متعددة فى البيوت ، ولدى الاصـــدقاء والجيران وفى المقهى ومع أن المشاهدة تتم فى اطار جمعى كمـــا أشرنا من قبل الا أن الجميع يجلسون ، وأيديهم لا تخلو من

أكياس اللب والسوداني « لزوم القعدة والتسلية » وعيونهم مشدودة الى شاشة التليفزيون ، حيث لا تتم مناقشة مضمون الوقائع وأحداث المشاهدة بينهم باستثناء بعض الضحكات والنكات التي تظهر بين الحين والآخر من بعض الجلوس وبالذات الرجال حول بعض المشاهد الخارجة وبالذات تلك المرتبطة منها بالعلاقة بين المراة والرجل .

وقد أظهر المبحوثون قدرة واضحة على تذكر وقائع آخر الافلام التي شاهدوها على الفيديو ، حينما وجهنا اليهم السؤال الآتي : **تقدر تقوللي آخر مرة تفرجت فيها على الفيديو كانت بتتكلم عن ايه ؟** ومع ذلك فقد تدنت هذه القدرة الى حد كبير حينما طلب منهم تذكر اسماء هذه الافلام أو ممثليها . واكتفى المبحوث برواية ملخص للقصة مما يشير الى ارتفاع درجة انتباه المبحوثين وحرصهم الشديد على متابعة وقائع ما يشاهدونه من افلام وتأثير ذلك على تصوراتهم ورؤيتهم للعالم المحيط بهم ومن ثم على تصرفاتهم في مجرى الحياة اليومية .

كما أظهر المبحوثون ميلا واضحا لتفضيل الافلام الهندية عندما طرح عليهم السؤال الآتي : **يا ترى ايه اللي بتحب تتفرج عليه في الفيديو أكثر ؟** ويكشف الجدول التالي عن هذه الحقيقة .

جدول رقم (١٢)
« تفضيل القرويين لأفلام الفيديو »

نوع التفضيل	العدد	٪
افلام مصرية	٢٠	٢٥٫٠
أفلام هندية	٥٥	٦٨٫٧٥
افلام أجنبية	٥	٦٫٢٥
المجموع	٨٠	١٠٠٪

وواضح من بيانات الجدول أن الغالبية العظمى من المبحوثين الذين اقروا بمشاهدتهم للفيديو بنسبة (٦٨٫٧٥٪) يفضلون مشاهدة الافلام الهندية ذات الطابع التجاري ، والتي يغلب عليها طابع العنف ، والرقص والاغاني ، وصور البطل الخارق والمعجزة الذي يحارب الظلم ويحاول نصرة الحق وغيرها ، وهي أمور تستهوي المشاهدين في اطار الثقافة الشعبية السائدة وضغوط الحياة التي يعيش في اطارها الجانب الاكبر من

القرويين فى حين مالت نسبة لم تتجاوز (٢٥٪) من اجمالى المبحوثين المشاهدين للفيديو الى تأكيد تفضيلها لمشاهـدة الافـلام المصرية ، حيث تحظى افـلام « اسماعيل يس » المقدمة ، وكذلك افلام « عادل امام » الذى يغلب عليهـا الطابع الكوميدى بأفضلية خاصة على غيرها من الافلام المصرية ، وتدنت الى حد كبير نسـبة تفضـيل مشاهدة الافلام الاجنبية ، ولم تتجاوز (٦ر٢٥٪) من اجمـالى الافـلام المفضـلة ، وتحددت أسـاسا فى سلسلة افـلام « جيمس بوند » و « الفك المفترس » و « برسلى » على النحـو الوارد فى استجابات المبحوثين الذين أقروا بتفضيل مشـاهدتهم للافلام الاجنبيـة . وأيا كان الامر ، فان هـذه الافلام ، كمـا هو الحال فى شرائط التسجيل فى حاجة الى تحليل للمضمون للتعرف على نوعية التصورات والقيم التى تروجها بين القرويين .

٦ — مكبرات الصـوت :

يعد مكبر الصوت من أهم وأبرز مكونات بنيـة الاتصـال بالقرية المصرية، حيث لا يقتصر دوره فقط على مجرد تضـخيم الصوت البشرى وتوصيله الى دائرة واسعة لأهـالى المنطقـة أو الجهـة التى يعمل فيها ، ولكن أيضـا تستخدمه قنوات الاتصال الاخرى بالقرية لنشر وتضـخيم مضمونها ليسمعه قطاع واسع من الجمهـور كان سيحرم من هذا المضمون بدون مكبر الصوت. فكثيرا ما يركب جهاز التسجيل على مكبر الصوت لينتقل المضمون الى قطـاع واسـع من البيـوت دون مشـقة او جهـد او حاجة الى امتلاك جهـاز التسجيل ، كمـا يحدث هذا مع جهاز الراديو وبالذات فى نقل شعائر الصلاة أو رفع الآذان او الاغانى من الراديو ... الخ . كمـا تستخدمه قنـوات الاتصـال الشخصى الرسـمية وغير الرسـمية فى توصـيل ما تريد الى الجمهور الواسع فى سـهولة ويسر ، باختصار ، يعد مكبر الصوت بمثـابة اذاعة محليـة داخلية لهـا دورها فى نقل وترويج المعلومات والاخبار داخل القرية .

وقد اقتصر استخدام مكبر الصوت منذ بداية عهده بالقرية المصرية ، على احياء مناسبات الوفاة « المعزه » والموالد « ليـالى المشايخ » والافراح التى تحيها كبار العائلات فى القرية بمناسبة الزواج أو الميـلاد وغيرها حيث يتولى أحد الأفراد المتعهدين بتجهيز مكان احياء المناسبة بالتوصـيلات الكهربائية وبماكينـة توليـد الكهرباء ولمبـات النيون ، ومكبرات الصوت التى تقـام على أسطح المنـازل المجاورة لمكـان المناسبة ، وذلك فى مقـابل أجر متفق عليـه .

وفى قرية « تطاى » تولت احدى الاسر وهى أسرة « سليمان الباجورى » منذ أواخر الخمسينيات ادارة هذه العمليـة حيث توافر لديها عـدد «٢» مكبر

صـــوت بمشتملاتها « الهورن + الميكروفون » وماكينة توليـــد الكهرباء فضلا عن متطلبـــات احياء المناسبة الاخـــرى وحاليا ، تعلن هذه الاسرة فى مقدمة كل حفـــل عن شركة « أولاد ســـليمان الباجورى لمكبرات الصوت » ، حيث اصبحت تمتلك عـــدد (٤) مكبر صوت و (٣) ماكينـــة توليـــد الكهرباء تستخدم فى احيـــاء المناسبات المختلفة سواء بالقرية أو القرى والعزب المجـــاورة ، ومنذ مطلع الثمانينيـــات تزايد انتشـــار أجهزة مكبرات الصوت حيث اتجهت بعض المســـاجد لشراء هذه الاجهزة وأصبحت واحـــدة من أهم محتويات المسجد ، ويبلغ عـــدد المساجد التى ادخل فيها مكبر الصوت بالقرية ثلاثة مســـاجد .

وتستخدم مكبرات الصوت الموجـــودة بالمساجد الثلاثة وبالذات مكبـــر الصوت الموجود بالجامع الكبير (وهو اكبر مسجد بالقرية ويقع فى وسطهـــا تماما) بالاضافة الى رفع الآذان فى مواقيتهـــا ، ونقل شعائر الصلاة وبالذات خطبة الجمعة فى اذاعة الأخبار والأحداث الهامة التى تقع فى البلد ، مثل الاعلان عن وفاة أحد الأشخاص ، وموعد تشييع الجنازة ، أو غياب أحـــد الأطفال أو فقدان بعض الأشياء كالنقود أو المواشى .. الخ . وفى الحالة الاخيرة بالذات يضطر المعلن الى دفع بعض النقود الى عامل المسجد نظير فتح الميكروفون له ، كما تستخدمهـــا الجهات المسئولة بالقـــرية مثل ادارة الكهرباء أو الجمعيـــة التعاونية الزراعية أو مسئول بنك القرية ، أو دوار العمدة والداخلية أو الوحدة الصحيـــة ومسئول الحزب الوطنى .. الخ فى اذاعة التعليمـــات والنصائح والارشادات التى تريد توصيلهـــا الى أهالى البلد . واللافت للنظر ، أنه فور فتح الميكروفون والتمهيد للاذاعة من خـــلال مكبر الصوت (يا ناس يا أهالى البلد ..) فان جميع الافراد من مختلف الفئات يتوقفون عن العمل أو يخفضون من أصوات أجهزة الاتصال الاخـــرى توقعا منهم لسماع احـــداث هامة تتصل مباشرة بأمور حياتهم المعيشية ، مما يشير الى الدور الهام الذى اصبحت تلعبه مكبرات الصوت كأحد أعمدة مكونات بناء الاتصال فى القرية التى يمكن استخدامها بكفاءة فى احداث التغيير بالقرية المصرية .

ويتضح الدور البالغ الذى يلعبـــه مكبر الصوت فى القرية يوم الجمعـــة اثناء نقل شعائر الصـــلاة وبالذات خطبة الجمعـــة حيث يمكن لقطاع كبير من أهالى القرية خصوصا النساء ، وبعض الأفراد الذين تحول ظروفهم من التوجه لأداء الصـــلاة بالمسجد من سماع الخطبة ومتابعتها عن بعد مما يحقق لهـــذه الفئات اشباعا نفسيا ودينيا كبيرا .

وقد راجت فى الأونة الأخيرة فى القرية انتشار اجهزة مكبرات الصوت اليدوية الصغيرة التى تعمل بالبطارية (الحجارة) لدى بعض التجار والباعة الجائلين الذين يستخدمون هذه الاجهزة فى الاعلان عن بضاعتهم وتوجيه الانتباه اليهم خلال عمليات البيع والشراء فى سوق القرية أو حتى التجول فى شوارع

القرية بواسطة احدى العربات للاعلان عن بيع الأقمشة أو الفراخ أو شراء الخـــردة .

وقد اتجهت فى حوارى مع المبحوثين من افراد العينة للوقوف على وجهة نظرهم فى قضية استخدام مكبرات الصوت فى المساجد وطرحت عليهم السؤال الآتى : **ياترى انت مع اباحة أو تحريم استخدام مكبرات الصوت فى المسجد ؟** وهى القضية التى طرحت على صـــــفحات الجرائد فى الاونة الاخـــيرة والتى انقسمت بشأنها الآراء بين مؤيد لهذا الاستخدام ومعارض له بسبب الازعاج الذى تسببـــه وتداخــل اصواتها نتيجة لكثرتهـــا . وكان اللافت للنظـــر فى استجابات الجانب الاكبر من المبحوثين اللفظية هو رد الفعـــل الفورى الذى يمتزج بالاستهجان والاستغراب من طرح مثل هذا التساؤل (دى حاجة بتاع ربنا ، ليه هـــو الأذان حرام ، حرام ليه دى حاجـــة فى الخير ، المؤذن له قد صوته فى الجنـــة ، دا تشكيك فى الدين ، يا عم بلاش الكلام ده) الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن تأييـــد واضح من جانب القرويين لاستخدام مكبرات الصوت فى المساجد ، وعمق نظرتهم الدينية الى هذا الموضوع ، وعدم استعدادهم لتفهـــم أو مناقشة اية دعاوى قد تثار حول الاذعاج والشوشرة وغيرها من الدعاوى التى يقدمها انصار تحريم استخدام هذه المكبرات فى المساجد

ومع ذلك ، فقـــد اظهـــر بعض المبحوثين (١٥٪) عـــدم رضائهم عن استخدام مكبرات الصوت فى المساجد فى غير الأغراض الدينية بالقرية ، وهى قضية ما زالت موضع خلاف . حيث كثيرا ما يصدر امام المسجد تعليماته الى عمال المســـجد بعـــدم تشغيل الميكروفون فى غير مواقيت الصلاة ولأغراضها باستثناء الاعلان عن حالات الوفاة ، ثم يعود فيتراجع مع عمال المسجد تحت ضغط أصحاب السلطة والنفوذ من اهل المصلحة لاستخدام ميكروفون المسجد فى غير الأغراض الدينية .

٧ — التليفـــــون :

اقتصر تواجد التليفون فى قرية البحث خلال حقبة الخمسينيات على دوار العمدة ، وهو التليفون الوحيد الذى كان يتم من خلاله تلقى التعليمات التى يراد ابلاغها الى الأهالى سواء من مركز السلطة أو من الجهات الحكوميـــة الاخرى أو حينما يراد ابلاغ مركز السلطة الذى تتبعه القرية بما يقع من حوادث وغيرها. وخلال حقبة الستينيات ارتفع تواجد التليفون بالقرية ليصل عددها خمســـة خطوط حينما اتجهت بعض العائلات وبالذات عائلات كبار التجار وأصحاب عربات النقل الثقيل لادخال التليفون لمراقبة أسعار السلع واخبار العربات .

وفى مطلع الثمانينيات ، انشىء سنترال بقرية الجعفرية الملاصقة لقـــرية « تطاى » . وفى عام ١٩٨٥ ، أعلن عن فتح باب التقديم لتركيب خطوط تليفون

بالمنازل للأفراد . ومع ان الغالبية العظمى من الافراد لم تكن فى حاجة الى مثل هذه الوسيلة الاتصالية الا ان سماعهم عن أزمة التليفون المستحكمة فى القاهرة والمدن المجاورة ، وحث زويهـم المقيمين بهذه المدن لتركيب التليفون حتى يمكن نقله بعد ذلك الى مناطق اقامتهم بالمدن ، دفع الكثير من الافراد الى تقديم طلبات تركيب التليفون مقابل دفع مقدم الطلب البالغ انذاك خمسون جنيها . وفى مطلع عام ١٩٨٧ ، بدأت هيئة التليفون فى تركيب الدفعة الأولى من الطلبات والتى بلغت خمسون خطـا بالقرية وتلى ذلك المرحلة الثانية حيث بلغ عدد خطوط التليفون بالقرية (٣٢٠) خطا حتى فبراير ١٩٩٠

ويستطيع اصحاب هذه التليفونات الاتصال ببعضهم البعض داخل القرية مباشرة أو بمركز السنطة الذى تتبعه القرية ، اما بقية المدن الاخرى مثل مدينة طنطا او القاهرة ، فان الامر يتطلب الاتصال بالسنترال وطلب الرقم المرغوب ، ويعبر الكثير من الافـراد عن استعدادهم للاشتراك فى الترنك فور ادخاله فى سنترال القرية حتى يمكنهم الاتصال المباشر بالجهات المختلفة رغم عدم وجود حاجة ملحة واساسية تدفعهم الى ذلك .

وتقتصر ارقام تليفون القرية على (ثلاثة) ارقام تبدأ بالرقم (٣) ولا يوجد لدى الجانب الاكبر من الافراد اية دليل بأرقام تليفونات الآخرين بالقرية،باستثناء عدد محدود من الأفراد وبالذات جماعة الموظفين ، الذين حرصوا على التوجه الى السنترال ونقلوا بأيديهـم ارقام تليفونات من يرغبون فى الاتصال بهم من اهل القرية أو مدينة السنطة ، مما يشير الى انعدام فاعلية هذه التليفونات فى تداول المعلومات بين الافراد بعضهم البعض فى القرية ، وباستـثناء بعض الاتصالات المحدودة التى تقع بين الحين والآخر ، من الأقارب المقيمين خارج القرية سواء فى المدن المجاورة أو مدينة القاهرة او العكس فان هذه التليفونات تظل صامتة طوال اليوم واحيانا لايام طويلة . ومن هنا يندر ان يقوم أحد من أصحـاب التليفونات بالقـرية ، باستثناء الذين يستخدمون التليفون كثيرا فى اتصالاتهم الداخلية والخارجية لمتابعة الأسعار ، دفع اية مبالغ مالية اضافية زيادة عن الاشتراك السنوى المعتاد لهيئة التليفونات نتيجة زيادة المكالمات عن حد الاعفاء الذى تقرره الهيئة .

ويبلغ عدد المبحوثين الذين اقروا بوجود تليفون لديهم من اعضاء العينة (ستة) افراد وقد دار الحوار معهـم حول دواعى حيازتهم لجهاز التليفون ، والمجالات التى يستخدمونه فيها . وقد مال هؤلاء الأفراد وبلا استثناء الى ترديد استجابات مثل : « اهو فشخرة ومنظرة وخلاص » ، « ذى ذى غيرى » قلنـا « اهم خمسين جنيه ونبقى من أولاد الذوات » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن تدنى حاجة هؤلاء الأفراد الى هذه الوسيلة الاتصالية ، واقتصار رؤيتهم لها باعتبارها وسيلة لاثبات المكانة ، والتظاهر ، واستخدام التليفون

فى المعاكسات والنكات والايقاع بالآخرين والتى باتت شكوى واضحة لدى الكثير من الأفراد حائزى التليفون بالقرية .

ثانيا : التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال :

أتيحت للباحث فرصة الاطـلاع على كم هائل من الدراسات والبحـوث الاعلاميـة فى القرية المصرية بلغ (٨٠) بحثا ودراسة ومن خـلال الدراسة التقويمية التى أجراها على هذه البحوث لصالح احدى الهيئات القومية(١) . ظهر موقفان : **الأول** : يؤكد دور أدوات الاتصـال الحديثة فى نشر المعـارف والأخبار فى المناطق اريفية ويوضح كيف أدى تزايد تعـرض القرويين لهـذه الأدوات الى خروجهم من الاستغراق فى أمور حياتهم اليومية والمحلية وتزايد اهتمامهم بالقضايا والشئون القومية ، وظهور مـد قومى واضح بين القرويين واتساع نطاق معارفهم بالمسائل القومية وتزايد تقبلهم للتجديدات والمستحدثات التكنولوجية الوافدة وتغير واضح فى اتجاهاتهم نحو العـديد من الموضوعات والممارسـات التقليدية .

أما الموقف **الثانى** : فيشكك فى نتـائج دراسات أنصـار الموقف الأول وينتقد بصفة عامة الاتجاه التضخيمى فى تأكيد تأثير أدوات الاتصـال فى القرية المصرية ، ويشير فى ذلك الى اثر الوسط الاجتماعى ، والعوامل الوسيطة الى تعوق تأثير هذه الأدوات ومن بينها الثقافة السائدة ، وقد تبين لدينا من الدراسة المتعمقة خطأ كلا الموقفين فى دراسة وقياس التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال ليس فقط بسبب المعالجة المنهجية والاكتفاء فى معظم الأحوال بتطبيق استمارة الاستبار عديمة الفاعلية فى القرية المصرية ، ولكن أيضا بسبب النظرة الآنية والجزئية السائدة عند بحث ومناقشة هذه التأثيرات والتى فى اطارها يصعب الحديث عن الأثر البالغ الذى تحدثه أدوات الاتصال كما يشير انصار الموقف الأول ،كما يمكن قبول اعتراضات أنصار الموقف الثانى وحديثهم عن تأثير الوسط الاجتماعى والعوامل الوسيطة .. الخ مع صعوبة التسليم بعدم تأثير أدوات الاتصال والتى تؤيدها الأدلة والشواهد الميدانية .

من أجـل ذلك اتجهت الدراسة الراهنـة الى الاعتماد على الملاحظات الانثروبولوجية الميدانية ، والتى تسعى الى رصد وتتبع الأثر التراكمى والممتد الذى أحدثته ادوات الاتصال على الثقافة المحلية بجوانبها المادية وغير المادية ، ووفقا لما توافر لدينا من بيانات ميدانية يمكن حصر مجالات التأثير التى أحدثتها

---

(١) عبد الفتاح عبد النبى البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراسة تقويمية ، دراسة قدمت فى اطار بحث الاعلام ومستقبل القرية المصرية الذى يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ابريل ١٩٩٠ (تحت الطبع)

ادوات الاتصال السابق عرضها بالقرية فى ثلاثة مستويات أساسية هى :

مستوى مجتمع القــرية ككل ، ومستوى الأسرة ، والمستوى الفردى ، ونعرض فيما يلى لبيانات كل مستوى فيما يلى :—

المتأثيرات فى مجتمع القــرية :

فى هذا المستوى ، تشير المشاهدات الواقعية الى التاثير الواضح الذى احدثته ادوات الاتصال من راديو وتليفزيون وفيديو وأجهزة تسجيل وتليفون فى الشكل المعمارى للقرية ، حيث ساهمت هذه الأجهزة فى دفع التغيير فى اتجاه اقامة البيوت ذات الطراز الحديث بالقرية ، فاعتماد هذه الاجهزة فى تشغيلها على الكهرباء ، ورغبة القرويين فى حيازتها دفع الكثير من القرويين وبالذات مع فترة الرواج المادى التى واكبت الهجرة وتطبيق سياسة الانفتاح فى اتجاه ادخال الكهرباء لبيوتهم من أجل الرغبة فى مشاهدة التليفزيون ، وأدى دخول الكهرباء بدوره الى اعادة التفكير فى شكل بناء البيت ليأخذ الطراز الحديث حيث يستخدم الطوب الاحمر والأعمدة والأسقف الخرسانية بدلا من الشكل التقليدى المعروف حيث تقام البيوت بالطوب اللبنى وترصع بسعف النخيل حتى يستقيم الامر مع المتغير الجــديد ، والأخذ فى الاعتبار أماكن الوصلات الكهربائية لهذه الأجهزة وأماكن وضعها واستخدامها عند وضع تصميم البيت أو حتى تأثيثه .

على ان أبرز اشكال التأثير الملموسة لأجهزة الاتصال فى هذا المجال يتحدد بصورة واضحة فى اختفاء « المصطبة » وهى المكان المرتفع نسبيا عن سطح الارض والملتحم بجدران بيوت القرويين التقليدية ، والتى كانت بمثابة موقعــا مهما وخصبا يجتمع فيه اهل الدار والجيران للسمر والسهر وتبــادل الآراء والخبرات والحكايات .. الخ هذه المصطبة اختفت تماما حاليا حتى من البيوت التقليدية ولمتعد تحتل ادنى تفكير فى انشائها لدى بناء البيوت الحديثة أو حتى التقليدية . وذلك بفعل تواجد أدوات الاتصال الحديثة وعلى راسها التليفزيون حيث أدت هذه الوسيلة الاتصالية الى نقل الجلسة العائلية من امام الدار أو المصطبة بالصورة التقليدية الى داخل البيت فى « المندرة » أو « وسط الدار » لمشاهدة التليفزيون وهو احــد التغيرات الثقافية المادية الملموسة فى القرية المصرية والتى ترتبت على دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة . واللافت للنظر هنا أن اتجاه التأثير الثقافى الجديد يميل ناحية التفرد وفك الترابط واللقاءات الجماعية للأهل والجيران والتى كانت تميز لقاءات « المصطبة » واصبح اهل كل بيت يجلسون فى سهراتهم داخل بيتهم امام جهاز التليفزيون ولا علاقة لهــم بجيرانهم أو بالآخرين وذلك فى اطار انتشار تواجد هذا الجهاز داخل كل بيت تقريبا فى القرية حاليــا .

والشكل المعمارى الآخــر ، الذى تأثر بشدة بفعــل دخول تكنولوجيا

الاتصال وبالذات مكبرات الصوت الى القرية ، هو المأذنة التى تشكل احد ملامح الطراز المعمـــارى الاسلامى فى بناء المساجد ، والمأذنة عبارة عن شكل اسطوانى يرتفع لعـــدة امتار فوق سطح المسجد ويتكون من عدة ادوار يمكن الصعود الى اعلاها من خلال سلم دائرى وفى قمة المأذنة يوجد الهلال الرمز الاسلامى المعروف ، وخلال مواقيت الصلاة الخمس كان المؤذن يصعد الى اعلى قمة المأذنة لرفع الاذان ويساعد ارتفاع المأذنة هنا على نقل صوته الى مسافة ابعـــد نسبيا يتيح للأفراد سماع صوت المؤذن والاقـــبال لاداء الصلاة ، ومع انتشار مكبرات الصوت واتجاه المساجد الى تركيب هذه المكبرات بها على النحو السابق الاشارة اليه ، فقدت المأذنة وظيفتها واهملت تماما . وفى المساجـــد التى تبنى حديثا ، لم تعد تأخذ فى الاعتبار ، حيث اصبح يتم الاكتفاء ببناء جسم المسجد دون المأذنة خفضـــا للتكاليف ، ولتوجيـــه المبالغ المادية لشراء اجهزة مكبرات الصوت ومشتملاتها ، ويوجد فى قرية البحث حاليا مسجدان حديثـــا النشئة ولا توجد بهما مأذنة ، مما يعطى فكرة عن درجة التأثر التى يتعرض لها هذ العنصر الثقافى المادى بفعل دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة .

ويمثل دوار العمدة احد المواقع الاتصالية الهامة التى تأثرت بشدة بدخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة الى القرية ، ومن المعروف أن دوار العمدة ، وهو فيزيقيا عبارة عن مكان متسع نسبيا ملحق ببيت عمدة القرية ، ومزود بأماكن للجلوس وغرفة جانبية يوضع بها التليفون . وتاريخيا كان يمثل هذا المكان احد اهم مواقع الاتصال بالقرية ، حيث تعقـــد الجلسات والسهرات ، وتدار المناقشات ، ويتم الاستماع الى الراديو اما حاليا ، فقد تلاشت وظيفة هذا المكان صحيح أن هذا التلاشى ، جاء بسبب ضعف نظام العمدية ، الا ان انتشار اجهزة الاتصال الحديثة فى بيوت القرويين ، ورواج المعلومات بصفة عامة فى القرية نتيجة اتساع حركة تنقلات القرويين من والى القـــرية ، قد افضى الى تقليص رواد دوار العمدة بطريقة يصعب مقارنتها عن ذى قبل ، بل ان المكان ذاته قد تقلص مساحيا ، ولم يعد يتعدى مساحة غرفة عادية يوضع بها التليفون يلتقى بداخلها غفر القرية لتوزيع المهام وأمام هذه الغرفة « دكة » يجلس عليها العمدة او ضيوفه ، والعمدة ذاته شخص عادى معين من قبل الداخليـــة بأجر رمزى يندر أن يقصده احد لحل مشكلة او الحصول على معلومة كما كان الحال من قبـــــل .

وفضلا عن تقلص مكانة دوار العمدة كأحد اهممواقع الاتصال التقليدية بالقرية تقلص أيضـــا وبشكل مماثل دور المقهى كموقع لعقد اللقاءات واجراء الاتصالات ، وتبادل الآراء والمعلومات ، لقد كان المقهى تاريخيا فى القرية مكان يقصده الصفوة واصحاب الراى والنفوذ وكبار الأغنياء ، وبعـــد قيام الثورة وضعف مركز الزعامة التقليدية بالقرية ، تزايد رواد المقهى بالقرية ليشمل فئات وطوائف عديدة متباينة الانتماءات الاجتماعية من ابناء القرية ، حيث يتجهون

الى المقهى ، وبالذات فى فترة المساء للسهر والسمر وتبادل الآراء والمعلومات وتناول المشروبات والتدخين ، والاستماع الى الراديو ، او مشاهدة التليفزيون بعد أن دخل الى القرية لأول مرة من خلال المقهى فى منتصف الستينيات ، وعندما بدات اجهزة الاتصال فى الانتشار فى بيوت القرويين فى حقبة السبعينيات وبالذات أجهزة التليفزيون والتسجيل ، اخذ رواد المقهى يتقلصون شيئا فشيئا لأن قطاعا كبيرا منهم فضل السهر فى البيت ومع الأهل والأصدقاء حول جهاز التليفزيون وبالذات بعـد ارتفاع تكاليف الجلوس على المقهى ، بسبب ارتفـاع أسعار المشروبات والمكيفات ولم تفلح محاولات بعض أصحاب المقـاهى فى استعادة روادها بالكثافة المعهودة فى حقبتى الخمسينيات والستينيات من خلال ادخال اجهزة الفيديو ، حيث ظل الأمر مقتصرا على عدد من الشباب صغار السن ، خصوصا بعـد حيازة جماعات عديدة بالقرية لهذه الأجهزة على النحو الذى عرضنا له من قبل . وتكشف البيانات الميدانية والحوارات مع عدد من أصحاب المقاهى بالقرية أن عدد رواد المقهى قد انخفض بمعدل الثلثين حاليا بالمقارنة بفترة السبعينيات والى ثلاثة ارباع بالمقارنة بفترة الستينيات ، وأن الأمر يقتصر فى الوقت الحاضر على عدد من الرواد معتادى شرب الشيشة ولعب الطاولة قبل اى شىء آخر قد يتعلق بعقد الصفقات او تبادل الآراء والأخبار والحكايات كما كان الحال من قبل . ومن المؤكد أن هذا التغير فى مكانة ووظيفة المقهى كأحد اهم مواقع الاتصال التقليدية المعروفة بالقرية ، يعود فى جانبه الأكبر الى تأثير دخول وتغلغل تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرية وايضا ، يسير هذا التأثير فى اتجاه التفرد وفك ترابط العلاقات الاجتماعية وتفتيت اتصال المشاركة بصفة عامة بالقرية لصالح الاتصال ذى الخط الواحد .

وعلى نفس المنوال يمكن أن نقرر أن مواقع اخرى للاتصال التقليدى فى القرية المصرية ، قد تقلص دورها ايضا وكان دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة هو واحد من العوامل الموضوعية العديدة التى ساهمت فى تقليص دورها ومن ذلك الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية او الوحدة الصحية باعتبارهما أماكن كان يرتادها القروى للحصول على المعلومات فى المجال الزراعى والصحى ، ثم تقلص مركزها بعد أن اصبح مالدى هذه الأماكن كجهات اتصال رسمية يصل الى القرويين عبر وسائل الاتصال ، وبالذات مكبرات الصوت ، كما اشرنا من قبل مما خفض من عدد رواد هذه الأماكن واقتصر هذا التردد حاليا على قضاء المصلحة المباشرة فقط .

ويبدو أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالذات اشرطة التسجيل قد اثرت وبشدة على الوان مختلفة من الفلكلور الشعبى ظلت تمارس فى القرية المصرية ، عبر مراحل التاريخ المختلفة ومن ذلك المواويل الشعبية ، حيث قضت أشرطة التسجيل الحديثة على مجالات الابداع الشعبى التلقائى فى هـذه المواويل ، وايضا حلقات الذكر والانشاد الدينى التى كانت تقام بصورة منتظمة فى بعض

البيوت بالتبادل بين الأفراد (الحضرة) حتى أواخر الستينيات ، وبصورة غير منتظمة خلال حقبة السبعينيات . وبعد حلقة الذكر كان يجلس الأفراد لتبادل الآراء والمعلومات والخبرات ... الخ وقد اختفى هذا اللون من الاتصال حاليا ، وحل محله استماع رواده الى شرائط المديح النبوى ، وسماع القرآن الكريم ، وقد أصبح من السهل حاليا الاستغناء عن فرق الغناء والرقص والمطرب الشعبى لاحياء ليالى الأفراح والموالد والمناسبات مع كثرة شرائط التسجيل الخاصة بهذه المناسبات .

على أن أبرز أشكال تأثير تكنولوجيا الاتصال وضوحا فى مجتمع القرية ، يتعلق باختفاء وظيفة « المنادى » ، لقد كان منادى القرية يقوم بدور مهم فى ابلاغ الأهالى بالأخبار والتعليمات فيتجول فى شوارع القرية منـاديا بصوت جهورى بضرورة التوجه الى صراف القرية لسداد الضرائب ، أو الى الجمعية التعاونية لاستلام الحصص ، أو للاعلان عن قيام أحد الجزارين بذبح ذبيحة جديدة أو فقد أحد الأشياء ، أو مكان تجمع عمال الزراعة غدا وأجورهم الى غيرها من الأمور الحياتية . وكان يوجد بالقرية أكثر من منادى واحد ، هم عادة من ذوى المكانة المتواضعة الذين يتكسبون من وراء هذا العمل ، حيث يتوجه اليهم ذوو المصلحة للاتفاق معهم مقابل أجـر لترويج المعلومة التى يريدون توصيلها الى أهالى القرية . وقد ظلت مهمة المنادى هـذه كشكل من أشكال الاتصال قائمة بالقرية حتى أواخر حقبة السبعينيات ومطلع الثمانينيات . وبعد دخول وانتشار أجهزة مكبرات الصوت بالقرية وبالذات فى المساجد ، اختفى هذا الشكل الاتصالى ، وحل محله الاتصال من خلال مكبر الصوت بالشكل الذى أشرت اليه من قبل والجدير بالملاحظة هنا ، أن التغير الجديد لم يكن فى صالح فاعلية العملية الاتصالية ، حيث أن وظيفة المنـادى ، لم تكن تقتصر فقط على اذاعة المعلومة بصوت جهورى ولكن فى اجـراء حوار مع الأهالى والرد على استفسراتهم وتساؤلاتهم حول مضمون ما يعلنه ، وهو ما لا يحدث حاليا مع الشكل الاتصالى الجديد مما يعيد تأكيد ماسبق أن أشرنا اليه من اتجاه التأثير ناحية تفتيت اتصال المشاركة التقليدية بالقرية .

واذا كانت أنماط الاتصال التقليدية بالقرية قد تأثرت على هـذا النحو بفعل دخـول تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، فان جانبـا آخر من تأثير هـذه التكنولوجيا على مجتمع القرية يمكن تناوله ويتعلق بمجالات العمل والانتاجية ، وأول ما يطالعنا فى هذا الجانب هو ما ردده بعض الكتاب والباحثين من تأثير دخـول أدوات الاتصال بالقرية وبالذات التليفزيون والفيـديو على انخفاض معدلات الانتـاج بالقرية والمؤشر فى ذلك ، هو انخفاض ساعات عمل الفلاح اليومى . فالفلاح كان يحرص على النوم مبكرا لكى يستيقظ مبكرا أيضا ، ليذهب الى الحقل . أما بعد دخول الكهرباء وأجهزة التليفزيون تغير هذا السلوك ، وأصبح الفـلاح لا ينام سوى فى ساعة متأخرة من الليل وبعـد انتهاء الارسال

التليفزيونى ، مما يترتب عليه كسل الفلاح وتقليص ساعات عمله .. الخ .

والواقع ، ان الاعتماد على هـذا المؤشر للحكم على انخفاض انتاجية الفلاح يبدو مضللا الى حد كبير ، ذلك أن الامر لا يتحدد بمواعيد الاستيقاظ أو النوم ، أو الذهاب الى الحقل .. الخ . ولكن بعـدد الساعات الفعلية التى يعمل فيها الفلاح بالحقل . فالفلاح الذى كان يستيقظ مبكرا ويذهب الى حقله مثلا كان يستغرق جزءا كبيرا من وقت الايلولة نائما تحت الشجرة . وهو ما قد لا يحدث حاليا . كما أن انخفاض الانتاجية أو زيادتها قد لا يرتبط فقط بعـدد ساعات العمل ، اذ ان دخـول الميكنة الزراعية واعتماد الفلاح عليها قد يفقد قيمة حساب عـدد ساعات العمل اليومى فى الحقل لقياس معدلات الانتاج . فالفلاح الذى كان يستغرق ساعات طويلة بل اياما فى رى حقـله او تذرية الغلال .. الخ اصبح يؤدى مثل هذه الأعمال فى ساعات محدودة بفعل ماكينات الرى وآلات التذرية الحديثة ، وهكذا . وكذلك فان انخفاض انتاجية الأرض الزراعية ، قد يعود الى عوامل لا علاقة لها بنشاط الفلاح ولكن بأمور قد تتصل بالقرية ، والسياسة الزراعية ، والهجرة ، واسعار الحاصلات . الخ وأقصى ما يمكن أن نقرره فى هذا المجال وتؤيده الملاحظة الميدانية المباشرة ، هو أن بعض القرويين قد عدلوا من مواعيد عملهم ونشاطهم واتصالاتهم لتتفق مع مواعيد بعض البرامج وبالذات مسلسلات التليفزيون او المباريات الرياضية دون تأثير واضح فى ذلك المجال على حجم ومعدلات الانتاجية ونشاط العمل اليومى المعتاد حيث يعى القروى مصلحته جيدا ويضع قوته وقوت اولاده فى المحل الأول من اهتمامه بصرف النظر عن اية اعتبارات او اهتمامات اخرى قد تتعلق بالترفيه أو المتعـة .. الخ . ويتبـدى ذلك بوضـوح فى حوارنا مـع المبحوثين من جماعة الفلاحين حينما طرحنا عليهم السؤال الآتى : **يا ترى انت شايف الناس النهاردة بتهتم بزراعـة أرضها زى زمان ولا لأ ؟** . وقد اجاب جميـع الأفراد وبلا استثناء بأنها تهتم واكثر من زمان . وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : « هو الفلاح له هو النهاردة الا ارضه عشان يقدر ياكل وياكل عياله » ، « يابيه الدنيا غالية » ، « الفلاح بيشتغل بيده وسنانه ، بس الحكومة هى اللى نهبه الفلاح » ، « هات للفلاح أرض بس وهو يزرعها » ، « فين هى الأرض » ، « الفـلاح بيحفر الأرض بيده عشان تطلع حاجـة يأكلها » . الى غيرها من الاستجابات التلقائية التى تكشف عن حرص بالغ من جانب الفـلاح لزراعة ارضه وتعظيم انتاجه منها مع وعى كامل والم دفين من جانبهم بغلو الأسعار ونهب الحكومة لحصاد عملهم وهو ما يدفع بهم الى الهجرة أو البحث عن سلع تموينية اكثر رخصا وتدعمها الحكومة فى المدينة .

كذلك لم تظهر علاقة واضحة بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة واحوال سوق العمل بالقرية ، الذى يشهد حاليا اختلالا واضحا يتمثل فى النقص الواضح فى العمالة الزراعية الناجم عن الهجرة الداخلية أو الخارجية والحراك المهنى ،

حيث اتجه بعض الفلاحين الى العمل بمهن اخرى غير العمل الزراعى . وقد ترتب على ذلك ارتفاع ملحوظ فى اسعار العمالة الزراعية انعكست بالتالى فى تكلفة الانتاج وارتفاع أسعار الحاصلات الزراعية مما دفع بعض الفلاحين فى موسم جنى القطن الى ترك المحصول بلا جنى فى الحقل بسبب نقص العمالة وارتفاع أسعارها الى حدود غير معقولة .

ومن المؤكد أن ظروفا موضوعية اكثر فاعلية هى التى اثرت فى اختلال سوق العمل بالقرية ، مما دفع الكثير من الفلاحين للبحث عن مهن أخرى غير العمل الزراعى منهـا على سبيل المثـال نقص المساحة الزراعية ، وتفتيت الحيازة وزيادة عددالسكان ، وعـدم تواذن السياسة الزراعيـة وتضاربها وبالذات فيما يتعلق بنظـام الدورة الزراعيـة والتركيب المحصولى وأسـعار الحاصلات الزراعية والضرائب على الأطيان . الخ وهى العوامل التى اضعفت من قيمة العـائد الزراعى وبالتالى فقـدت الأرض الزراعية قيمتها . ومع أن المبحوثين اظهروا فى حوارهم معنا تمسكا شديدا بالأرض وبالعمل الزراعى على النحو المشار اليه آنفا ، الا أن ذلك كان من قبيل انعدام الحيلة وعدم وجود فرص عمل بديلة أو الهجرة امامهـم وبالتالى فان الأرض الزراعيـة والعمل الزراعى ، رغم ما يحيط به من مشكلات ، الا أنه مازال الملجأ الوحيد المتـاح امامهم ، ويمكن التخلى عنه اذا ما أتيحت الفرصة للعمل بمهنة أخرى اضافية كأعمال الحراسة أو النظافة او قيادة السيارات .. الخ وقد ظهر ذلك بوضوح عندما طرحنا على المبحوثين من جماعة الفلاحين السؤال الآتى : **لو فيه فرص عمل اخرى كثيرة قدامك يا ترى تفضل تشتغل فى أيه احسن ؟** ومع أن الجانب الأكبر من المبحوثين فى استجاباتهـم الفورية على هـذا التساؤل قد مال الى تفضيل الاشتغال فى مهنة الفلاحة ورددوا فى ذلك استجابات مثل : « حشتغل فى ايه يعنى » ، « فرص عمل زى ايه » ، « الواحد بيشتغل فى المهنة اللى بيفهم فيهـا » ، « احنا قدمنا الا الفلاحة » .. الخ الا أن تعميق الحوار مـع المبحوثين فى هـذا المجال وطرح عـدد من المتغيرات امامهم مثل فرص العمل بالحكومة او الاعمال الحرفية ، أو التجارة او السفر بره ، وفى اى حاجة تكسب اظهر ميلا واضحا لتفضيل الاستجابة للعمل فى « أى حاجة تكسب » لمواجهـة الغلاء وارتفاع الأسعار وتدبير قوت الأولاد ونفقاتهم المتزايدة .

وأيا كان الامر ، وفى اطار الظروف الموضوعية التى تدفع القروى لقبول العمل فى اى مهنة تكسب ، فان اقصى ما يمكن اقراره حول تأثير أجهزة الاتصال وبالذات التليفزيون فى هذا المجال ، هو تشجيع الاتجاه نحو هذا القبول بين القرويين ، حيث تلعب المسلسلات والأفلام التليفزيونية ، التى يكثر الاقبـال عليها على النحو الذى اشرنا اليه من قبل ، دورا تدعيميا كبيرا فى هذا المجال .

وقد تبين ذلك بوضوح عندما طرحنـا على المبحوثين السؤال الآتى :

يا ترى التليفزيون والراديو لما بيتكلموا عن العمل والشغل بيقولوا ايه ؟ ومع أن جانبا كبيرا من الأفراد وغالبيتهم من الفلاحين ، لم يتمكنوا من الاجابة على هذا السؤال ورددوا فى ذلك عبارة « مش عارف » أو « مش متذكر » ، الا أن من استطاع منهم الاجابة قد ردد استجابات مثل : « بيقولوا للناس الشغل مش عيب » ، بيحببوا الناس فى الشغل ، الواحد ممكن يشتغل فى أى حاجـة ، الرزق يحب الخفية ، أهم حاجة الشغلة الشريفة ، الواحد لازم يسعى لرزقه اللى معاه فلوس هو كل حاجـة الى غيرها من الاستجابات والتصورات التى تشير الى الدور التدعيمى البالغ الذى تلعبه أجهزة الاتصال فى مجال ترويج النظرة المادية لقيمة العمل لدى القرويين.

واذا كانت تأثيرات أدوات الاتصال الحديثة تبدو طفيفة أو غير منظورة فى مجال العمل والانتاجية ، حيث تلعب الظروف الموضوعية دورا أكثر فاعلية فى هذا المجال ، الا ان نطاق تأثير هذه الأدوات يبدو أكثر بروزا فى مجال بناء القوة والنفوذ داخـل مجتمع القرية ، ويتمثل ذلك بصورة واضحة فى التغير الملحوظ فى مكانة أصحاب السلطة وقادة الرأى التقليديين بالقرية حيث تدهورت الى حد كبير مكانة ونفوذ شخصيات مهمة ظلت تلعب دورا تاريخيا وفاعلا فى تقرير مجريات الأمور بالقرية ويأتى على رأس هذه الشخصيات عمدة القرية ، وشيخ البـلد وكبار الحائزين وملاك الأراضى ، وموظف الجمعيـة التعاونية الزراعية ، وناظر المدرسة ، وامام المسجد ، وكبار السن فى العائلات باعتبارهم من كبار قيادات الرأى والمكانة والنفوذ بالقرية ، لقد ساهمت أدوات الاتصال الحديثة بنصيب وافر فى اضعاف مكانة هذه الشخصيات فجانب كبير من هذه المكانة كان يستمد أساسا مما يتوفر لدى أصحابها من قدرة على قضاء المصالح والاتصال بالجهات الرسمية خارج القرية ، وحيازة المعلومات ، ومع الانتشار الواسع لأدوات الاتصال الحديثة تم فك احتكار هؤلاء الأفراد للمعلومات التى أصبحت متاحة بفعل هـذه الأجهزة لقطاع واسع من الأفراد ، وتزايد وعى الأفراد ومعارفهم بأمور عـديدة ، وأصبحوا أكثر قدرة على المناقشة وابداء الرأى من ذى قبل بفضل تعرضهم المستمر لمضامين هذه الأجهزة فى المقام الأول

ومع انتشار التعليم ، واعادة توطين الموظفين فى قراهم ، وانخراط العديد من شباب القرية فى سلك الجندية ، واشتراكهم فى حرب اليمن وحرب ١٩٦٧ ، وأكتوبر ١٩٧٣ ، واتصالهم المبـاشر بالعالم الخارجى نتيجة لتحسن وسائل المواصـلات وعمليات الهجرة والانفتاح ، وما صاحب ذلك من رواج مادى فى القرية ، تبدلت أوضاع ومكانة الكثير من الفئات الاجتماعيـة بالقرية ، وحدث حراك مهنى واجتماعى واضـح لبعض الجماعات الاجتماعيـة أثر على البناء الطبقى بصورته التقليدية فى القرية ، وما يهمنا هنا ، هو أن الجماعات الاجتماعية الجديدة التى تزايد نفوذها بالقرية بفعل التغيرات السـابقة ، تستمد هذا النفوذ من مصدرين ، القدرة المـادية (الثروة) والقدرة الاتصالية حيث تدعم القدرة

الاخيرة الانجازات التى حققتها هذه الجماعات فى مجال حيازة الثروة ، فتحرص دائما على التعرض المستمر والمكثف لأجهزة الاتصال وبالذات الصحف (وهى الخاصية التى كان يحرص عليهـــا من قبل قادة الرأى التقليدين) ليس فقط بهدف مراقبة تقلبات السوق ومجريات الأحداث ، حماية لمـــا لديها من ثروة ، ولكن ايضا وفى المقام الأول لدعم قدراتها الاتصالية ومناقشة الآخرين ولتأكيد اوضاعهم الجديدة واضفاء الشرعية عليها .

لقد تقلص مع هذه الأوضاع الجديدة مكانة الزعامات التقليدية بالقرية ، وتدنى عدد المترددين أو القاصدين هؤلاء لحل مشكلاتهم واصبح التعامل معهم منحصرا فى اضيق الحدود . فمرور العمـــدة فى الشارع لا يثير انتباه احـــد من الجلوس ولا يستدعى الوقوف له عند رد التحيـــة . كما ان المهندس الزراعى ليس لديه خبرة (هو بيفهم) على حد تعبير احد المبحوثين ، ومشايخ البلد جار عليهم الزمن وغلابة ، وناظر المدرسة والمدرسين بالقرية مشغولون فى الدروس الخصوصية ، وامام المسجد « اهم كلمتين حفظهم وخلاص » « ويأكلها ولعه » على حد تعبير البعض ، واللافت للنظر هنـــا أن هؤلاء الأفراد باستثناء امام المسجد ، تقلص تعاملهم مع اجهزة الاعلام واصبح لا يتعد التعامل العـــادى والمألوف لأى فرد ، فالمهندس الزراعى وناظر المدرسة لا يشترى سوى جريدة واحدة وبصورة غير منتظمة ، كما أن مشاهدتهما للتليفزيون تقتصر أيضـــا على المسلسلات والأفلام ، والحال كذلك مع عمـــدة القرية الذى كان يعمل موظف بالادارة التعليمية بالسنطة وعين بالتزكية من قبل الداخليـــة ، أما امام المسجد (الكبير) فانه يحرص يوميا على الاطلاع على مختلف أنواع الصحف واعادتها الى موزع الجرائد مقابل مبلغ مالى (عشرة قروش) فضلا عن ثمن شراء جريدة واحدة هى جريدة الأخبار .

وقد سعينا من جانبنا للتعرف على نوعية قيادات الرأى والزعامات الجديدة بالقرية ، وذلك من خلال الوقوف على الطريقة التى يتم من خلالها فض المنازعات وحل المشكلات التى تنشب داخل القرية ، وبمراقبة هذا السلوك تكشف لى ان بكل عائلة من عائلات القرية او قطاع سكنى يوجـــد شخص معين يقصده الأطراف فى حالة وجود خلاف أو نزاع مع أحد افراد العائلة او سكان القطاع ، ولا يشترط فى هـــذا الشخص توافر ، كبر السن او التعليم .. الخ ولكن فى الأساس القدرة المادية والمظهر الجيـــد وحلاوة اللسان وحفظ بعض الآيات القرآنية والأحاديث النبوية التى يستخدمهـــا فى الحديث والاقتنـــاع ، وعادة ما يستمع طرفا النزاع أو المشكلة الى نصائحه ويميلون الى قبول تحكيمه خشية تفاقم الموضوع وتحويله الى الشرطة والمحاكم وما يصاحب ذلك من نفقات مالية باهظة ، هذا الشخص لا يقتصر دوره على حل المنازعات ولكن يشكل مصدرا مهما لنقل وترويج المعلومات بين الآخرين ، ولذلك يحرص على تكثيف تعامله مع اجهزة الاعلام المختلفة وكذا تردده على الجهات الرسمية واماكن اتخاذ القرار

والتواجد فى مواقع الأحداث والخلافات ، مما يدعم مركزه الاجتماعى من ناحية ويزيد من قدراته الاتصالية من ناحية اخرى .

ووفقا لذلك ، اصبح يوجد فى القرية عـدد غير قليـل من هؤلاء الأفراد ينطبق عليهم مواصفات هـذه الشخصية حصرنا منهم (٢٥) فردا ، يعملون بمهن مختلفة : التدريس والمحاماة ، الأعمال الحرة وايضا الفلاحة ، وقد تلاحظ كثافة علاقة هؤلاء الافراد ببعضهـم البعض ، حيث يحرصون على تبـادل الزيارات ، واللقاءات ، ومناقشة المسائل العامة المتصلة بالقرية ، وما يحدث بالقرية من نوادر وحكايات .. الخ . ويشكلون جماعة ضغط ونفوذ قوية داخل القرية .

ثانيا : التأثير على مستوى الأسرة :

تتحدد تأثيرات ادوات الاتصال فى هذا المستوى فى جوانب عديدة تتصل ببناء الاسرة الريفية ، والعلاقات داخل هذه الأسرة ، ومكانة المرأة ، وتنشئة الطفل ، والعادات الغذائية . واذا كان تركيب الأسرة الريفية ، قد شهد تغيرا واضحا فى مجال التحول من الأسرة الممتدة الى الأسرة النووية التى تقتصر على الزوج والزوجة والأولاد ، الذين يعيشون فى معيشة مستقلة عن بقية أعضاء العائلة ، وذلك بسبب شيوع العلاقات المـادية والهجرة وغيرها ، فان دور ادوات الاتصال كان فاعلا فى تدعيم هـذا التحول . فقد قللت هـذه الأدوات وبالذات التليفزيون من الجلسات العائلية المسائية ، التى كانت تشمل جميع افراد العائلة من الاهل والاقرباء ، حيث كثيرا ما كانوا يجتمعون فى صحن الدار او على المصطبة فى المساء للحديث والسمر معا ، أما الآن ، ومع شيوع العلاقات المـادية والنزعة الفردية ، أصبح اعضاء كل أسرة من هـذه العائلة الكبيرة يلتفون حول جهاز التليفزيون ولا علاقة لهم بالآخرين ، حيث يحرص رب كل اسرة على حيازة جهاز تليفزيون له ولأسرته الخاصة حتى لا تنشب المنازعات والخلافات بين أعضاء العائلة على حد تعبير بعض المبحوثين ونتيجة لذلك كثيرا ما شاهدت وجود أكثر من جهاز تليفزيون فى البيت الواحد ، وتعمل فى الوقت نفسه ، وعلى القنـاة نفسها ، نتيجة لانفراد اعضاء كل أسرة واستقلالهم فى مشاهدة التليفزيون رغم تقاربهم المكانى او المعيشى ، مما يشير من ناحية الى الدور الذى تلعبه هذه الأداة فى تدعيم الاتجاه نحو بناء الأسرة النووية فى القرية المصرية ومن ناحية اخرى ، الى اثر هـذه الأداة فى تخفيض حجم المنازعات والخلافات التى كانت تقع سواء بين اعضاء العائلة الواحدة او بين الجيران بعضهم البعض وعلى حد قول احد المبحوثين ، لقد ساعد التليفزيون على (لم) الناس كل فى بيته بعيدا عن الصراعات والخلافات ، والقيل والقال . وهو قول يبدو صحيحا الى حد كبير .

وقد ساعدت اجهـزة الاتصال ، وبالذات الراديو والتليفزيون فى تدعيم

مكانة المراة وتعزيز دورها داخل الأسرة والنهوض بمسئوليتها وبالذات فى السنوات الأخيرة التى شهدت تدهور سلطة رجل البيت الغائب باستمرار عن البيت اما بسبب الانهماك فى العمل وفى اكثر من مهنة لتدبير نفقات الأسرة او فى الهجرة للعمل فى الخارج ، وتشير الحوارات المستفيضة التى اجريت مع المبحوثات من اعضاء العينة والبالغ عددهم (٨٠) مفردة ، ان الجانب الاكبر منهن (٥٦٪) رغم أنهن غير متعلمات ولا يحملن أية شهادات ، الا ان لديهن معرفة واسعة بقضية تنظيم الأسرة ، وبشعاراتها واسماء الكثير من الممثلات والمذيعات واظهرن قدرة واضحة على الحوار فى جوانب تتعلق بالأسعار والجشع والتعليم ، وهجرة الأزواج ، الأمر الذى يشير الى الارتفاع الملحوظ فىمستويات الوعى لديهن الذى ترتب علىانخراطهن المكثف فىعلاقات الاتصال مع الآخرين خارج البيت وتحملهن لهموم الأسرة نتيجة غياب رجل الأسرة وتعرضهن لأدواتالاتصال الجماهيرى التى يصعبانكار تاثيرها فىهذا المجال .

ومع المعرفة الواسعة لهؤلاء المبحوثات بشعارات ووسائل تنظيم الأسرة والتى مصدرها التليفزيون والراديو الا أنهن عبرن عنعدم اقتناعهن بما يردده التليفزيون من أن كثرة الانجاب يضعف صحة المراة ، أو أن كثرة الخلفة « تجلب الفقر » واشارت غالبية المبحوثات أن « الخلفة بتاع ربنا » ولا دخل للانسان فيها » ، « وان الأولاد زينة وبهجة فى البيت » ، مما يشير الى الفجوة الواسعة بين المعرفة التى تروج لها وسائل الاعلام فى هذا الجانب وسلوك المراة الريفية فى مجال الانجاب وتنظيم الأسرة ، مما يكشف عن انعدام فاعلية تاثير هذه الأجهزة فى هذا المجال .

على أن الجانب الأكثر بروزا فى تأثير ادوات الاتصال على مستوى الأسرة يتعلق بتأثير هذه الأدوات فى مجال تنشئة الطفل فى القرية ، وقد تزايد هذا التأثير مع تراجع دور الأسرة فى عملية التنشئة بسبب غياب الأب فى الخارج من أجل الثروة وانهماك الأم طوال الوقت فى تدبير احتياجات الأسرة وقضاء مصالحها . ومع غياب توجيه الأسرة ورقابتها هذه ، يتعلم الاطفال صغار السن والصبية . الكثير من العادات والسلوكيات والألفاظ اللغوية ، وهى عادات وسلوكيات تميل الى النمط الحضرى على النحو الذى تروج له اجهزة الاعلام ، وتبتعد كثيرا عن العادات والتقاليد الريفية الأصيلة .

واللافت للنظر فى هذا المجال ، ان سلطة الوالدين ، أو العائل ، قد تلاشت أو كادت فى مجال التحكم فيما يشاهده أو يسمعه الأبناء أو الاطفال من مضامين عبر شاشات التليفزيون أو اجهزة الراديو والتسجيل والفيديو ، حيث يمارس الأبناء ضغطا كبيرا فى هذا المجال ويتحكمون بانفسهم فيما يتعرضون له بما فيها الشرائط الخليعة التى تسمع من خلال أجهزة التسجيل ، أو الأفلام

الخارجة التى تشاهد من خلال جهاز الفيديو وقد ساهم ويساهم كل ذلك فى نشوء جيل من ابناء القرويين ليس له علاقة بالثقافة الريفية .

وتمثل العادات الغذائيـــة والاستهلاكية مستوى آخر من مستويات تأثر الأسرة الريفيـــة بأجهزة الاتصال الحديثة ، وهنـــا تلعب الآعلانات التجارية وبرامج المرأة دور أكبر فى تحويل هذه العادات تجاه النمط الحضرى. لقد عاش الفلاح المصرى عهودا طويلة لا يعرف من المشروبات سوى شرب الشاى يشربه ويقدمه لضيوفه أما حاليا عرف « الكاكولا » ، و «البيبسى » ، « والسفن آب » وأصبحت هـــذه المشروبات هى التى تقدم للضيوف الزائرين ، ويقبل عليهـــا الأطفال ايضا أو يطالبون ابائهم بشرائها لهم . وكان الفلاح المصرى لا يأكل سوى « الفريك » والأرز فيما ندر ، واختفى « الفريك » وحل محله المكرونة « روما » و « كابرى » و (المهندس) حيث تتجه القرويات حاليا الى محلات البقالة والسوبر ماركت التى انتشرت بالقرية لطلبها وبهذه الأسماء ، وعرف الأطفال أكل «الشبسى» و « الكاراتيه » و « بمبم » و « الشكولاته جيرس » « والآيس كريم » و « كيمو » ، و « هاواى » وغيرها من المأكولات التى لم يكن يألفها القرويون من قبل وأصبحت الآن من العادات الغذائية المألوفة وتمتلىء بها محلات القرية ، وتشكل ضغطا كبيرا على ميزانية الأسرة الريفية وموضع شكوى من أرباب الأسر . كما عرفت نساء وفتيات القرية الكثير من مستحضرات التجميل «مارياج» و « أماندا » والكثير من أنواع البرفانات ويستخدمن هذه الأشياء وبالذات فى حفلات الزواج او المناسبات السعيدة وهى كلها عادات وسلوكيات لايستطيع احد أن يقلل من دور التليفزيون وبالذات الاعلانات التى تسبق عروض الأفلام فى ترويجها بين القرويين .

لقد كانت ثقافة القروى تستهجن شراء الخبز من الأسواق وتعتبره عارا ومجلبا للفقر . وحينما كانت تضطره الظروف الى ذلك ، كان يتوارى من القوم ويشتريه خفية. أما حاليا ، فقد تعلم من أجهزة الاعلام وغيرها أنه رغيف أرخص سعرا أو أقل تكلفة تدعمه الدولة ، فكف عن صناعته فى بيته واتجه الى شرائه والتطاحن بالمناكب للحصول عليه ، وهو تحول ثقافى ساهمت أجهزة الاعلام بلا شك فى احداثه وهكذا لعبت أجهزة الاعلام دورا كبيرا ومؤثرا فى نشر وترويج العديد من العادات الغذائية الاستهلاكية وساعدها فى ذلك عوامل موضوعية تتصـــل بسياسات الانفتاح والهجرة ، والرواج المادى فى القرية الذى واكب تطبيق هذه السياسات .

ثالثا : التأثير على المستوى الفردى :

يصعب فى هذا المستوى قياس تأثير أدوات الاتصال وذلك بسبب تداخل عوامل ومتغيرات عديدة تحد من قدرة الباحث على رصد وتتبع حقيقة التأثيرات التى تتركها أدوات الاتصال على الأفراد فاستخدام الأفراد لهذه الأدوات يتطلب

مستوى ثقافى معين أو توافر درجة من المهارات والخبرات ، وبدون ذلك يعجز الفــرد عن استخدام ادوات الاتصال الحديثة أو الدخول طــرفا مشاركا فى عملياتها . فاذا أردنا مثــلا قياس تأثير أجهزة الاتصال على مستوى الطموح الفردى ، أو الرغبة فى الانجاز ، أو المعرفة بموضوعات معينة يصعب عزل تأثير المستوى الثقافى او التعليمى او ما يتوافر لدى الفرد من خبرات فى هذا المجال .

وقد دابت العــديد من الدراسات والبحوث الاعلامية الحديث عن تأثير أجهزة الاتصــال فى رفع مستوى الطموح الفردى ، وفى تشكيــل الشخصية الحركية ، وزيادة الوعى الفردى بالحقــوق ودفع الأفــراد للمشاركة وزيادة رغبتهم فى العمل والانجاز .. الخ . واعتمدوا فى استخلاص هذه النتائج على مؤشر معدلات تعرض الفرد لأجهزة الاتصال فكلما زادت معدلات تعرض الفرد مثلا لهذه الأجهزة زادت درجة طموحه ورغبته فى الانجاز والمعرفة .. الخ . وهــو مؤشر مضلل ليس فقط بسبب أن التعرض فى حد ذاته لا يعنى الفهــم والاستيعاب أو التأثر ، ولكن ايضا بسبب ان الحد الادنى المطلوب من المستوى الثقافى والمهارى لدى الفرد للتعامل مع اجهزة الاتصال ، قد يكون هو الأكثر فاعلية وتأثيرا فى هذا المجال من مضامين اجهزة الاتصال .

لقد حدث بالفعل تحسن واضح وملموس فى مستويات وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقومية، وزادت قدرة العديد من الفئات على الاتصال واجراء الحوار وابداء الرأى فى المسائل المعروضة . ومن المؤكد ان هذا الانفتاح فى شخصية القرويين المعروفة بعزلتها وانغلاقها وجمودها ورفضها لتقبل المستحدثات .. الخ . قد ساهم فى احداثه متغيرات عديدة مثل انتشار التعليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجي من خلال التنقل والترحال بسبب سهولة المواصلات والانخراط فى سلك الجندية .. الخ ولكن فى نفس الوقت لا يمكن نكار اثر وسائل الاتصال فى هذا المجال على الأقل فى تدعيم معارف الأفراد تجاه القضايا الداخلية والخارجية .

وقد تأكد لدينا من خلال الحوار مع العديد من الافراد بالقرية سواء من أفراد العينة او غيرهم حول عدد من القضايا الداخلية والخارجية ، ان الجانب الأكبر منهم لديهم معلومات ومعارف حول مجلس الشعب والمجالس المحلية ، والتنظيمات الحزبيــة ، ومشكلة الديون ، وتنظيم الأسرة ، وبعقوبة الاعتداء على الأرض الزراعيــة ســواء بالتجــريف أو البنــاء ، والانتفاضــة الفلسطينيــة ، وهجرة اليهود السوفيت الى اسرائيــل ، والتصــالح بين مصر وليبيــا ، ومجلس التعــاون العربى ، مما يشــير الى الدور الواضح الذى تلعبــه أجهزة الاتصال فى تدعيم وعى الأفراد ومعارفهم بهذه الجوانب. ومع ذلك نعود لتــأكيد أن مستوى دقــة وعمق هذه المعــارف لدى هؤلاء الأفراد ، يرتبط الى حد كبير بمستويات التعليم والمهنة ، ومعدلات تنقل الفرد من داخل وخارج القرية ، ومدى كثافة اتصالاته الشخصية .. الخ فقد تدنى

مثلا مستوى المعرفة بهذه الجوانب لدى الأفراد من ذوى المستويات الثقافية الدنيا والذين لم يعملوا خارج القرية ، او يحظوا بفرصة السفر للعمل بالخارج وبدا واضحا علىهؤلاء الأفراد خوفهم وترددهم فىالحوار معنا ، رغم اقرارهم بتعرضهم لوسيلة من وسائل الاتصال سواء الراديو او التليفزيون او الاثنين معا

وفى المقابل تلاحظ ان بعض الأفراد ايضـــا من ذوى المستويات الثقافية الدنيا ويمتهنون العمل الزراعى ، ولكن خبروا تجربة السفر والعمل بالأردن او العراق لمدد تتراوح بين سنتين او ثلاث سنوات ، اظهروا درجة افضل نسبيا فى الحوار ، وفى مستوى معارفهمبالقضايا المطروحة للحوار مما يشير الى ان معارف الفرد بالقضايا القومية لا تتحدد فقط من خلال اجهزة الاعلام ولكن توجد عناصر اخرى تلعب دورها فى هذا المجال يأتى على رأسها الاتصال الشخصى والتجربة الذاتية ، والتعليم وغيرها .

بيد ان الحكم على تأثير وسائلالاتصال على الفرد قياسا على مستوى المعارف لديه حـــول القضايا القومية او الوعى ببعض التنظيمات والأحـــداث السياسية ، قد يبدو مضللا ايضا ، ذلك ان جانبا كبيرا من هذه المعارف يأتى عبر أجهزة الاتصال من خلال البرامج الاخبارية والثقافية التى تقدمها أجهزة الاتصال وهذه النوعية من البرامج لا تتمتع بتأثير كاف لدى قطاع واسع من القرويين اما بسبب سيادة النظرة الترفيهية لدى القرويين حول هذه الأجهزة وطريقة استخدامهم لها او توقعاتهم منها على النحو المشار اليه من قبل ، او بسبب سطحية وشكلية المعارف التى تقدمها هـــذه البرامج على الأقل بفعل العوامل الفنية وعمليات الانتاج الجماهيرى السريع لأجهزة الاتصال . فى حين يبقى بعد ذلك التأثير البالغ والتراكمى الذى تلعبه المضامين الترفيهية والتجارية واندينية فى تحديد رؤى وتصورات الأفراد حول مختلف جوانب الحياة الاجتماعية وما تقوم عليه من علاقات وتفاعلات ، وهى الرؤى والتصورات ، التى تعـــد بمثابة مخزون معرفى ، يوجه الفرد ، بصورة عاجلة أو آجلة ، مباشرة أو غير مباشرة فى تعاملاته مع الآخرين وممارسة شئون حياته اليومية ، ورؤيته للعالم من حوله بصفة عامة .

الفصل الثامن

حصاد النتائج وتوقعات المستقبل

الفصل الثامن

حصـــاد النتائج وتوقعات المســتقبل

حاول هذا العمل بحث العلاقة بين الاتصال والثقافة المحلية والوقوف على حقيقة التغييرات الثقافيــة التى ترتبت على دخول تكنولوجيــا الاتصال الحديثة الى القرية المصرية.وقد اتجه العمل بداية بغية تعميق الرؤية النظرية للبحث الى استعراض ومناقشة بعض القضايا والاشكاليات النظرية المرتبطة بمفهوم الاتصال والثقافة ، حيث جرىبداية تسليط الضوء على مفهومالاتصال وخصائصه وانماطه وكيفيةدراسة عملياتالاتصال فىالواقع المحلى باستخدام فكرة النموذج ، وكذا تعميق الفهم حول مفهوم تكنولوجيا الاتصال ، وطبيعة هذه التكنولوجيا ومدلولاتها الثقافية ، وطريقة توظيفها فى المجتمعات الناميــة والمحددات الفاعلة فى تأثير الاتصال فى هذه المجتمعات.وعلىالطرف المقابل ، جرى تسليط الضوء، علىمفهوم الثقافة وابعادها وطبيعةالعلاقة بين الثقافة والاتصال ، ودور الأخير فى مجال الترويج الثقافى وتركزت المناقشة فى هــذا الجانب تحديدا على القضــايا المتعلقة بتأثير الثقــافات الوافده عبر تقنيات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية .

وانطلاقا منذلك ، جرى تحديد اهداف البحث وتساؤلاته وقد دارت هذه التساؤلات حول المكونات الراهنة لبنية الاتصال فى القرية المصرية ، ومدى تأثير دخول اجهزة الاتصال الحديثة الى القرية على انماط الاتصال التقليدية بها، وحقيقة التأثيرات الثقافية المتبادلة بينأجهزة الاتصال الحديثة والثقافة المحلية وعلى ضوء التساؤلات والرؤية النظرية الموجهــة للبحث والتى ترى أن فهــم العلاقة بين الاتصــال والثقافة المحلية لا يتسنى مع النظرة الآنية والجزئية والانهماك فى بحث تأثير وسيلة بعينها وتحديد العوامل الوسيطة التى تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد فى الدراسات الاعلامية حتى الآن . ولكن يمكن ان يتم من خلال النظرة المتكاملة والممتدة لعمليات الاتصال فى مجتمع القرية ، اعتمدت الدراسة المنهج الانثروبولوجى ، والمنهج المقارن واستخدمت فى ذلك الملاحظة والمقابلة المقننة والمناقشات الفردية والجماعية كأدوات لجمع البيانات الميدانية من المنطقة محل الدراسة وهى احدى القرى المصرية .

ويمكن فيما يلى بلورة اهم النتائج التى خلص اليها العمل الميدانى :

(١) حدث تطور واضح فى مكونات بنيــة الاتصال بالقرية المصرية حيث تزايد تغلغل وانتشار ادوات الاتصــــال الحديثة ، وتعددت أنواعها ، فأصبحت تشمــل اجهزة التليفزيون والراديو والفيــديو والتسجيل ومكبرات الصــوت

والتليفون . وقد ساعدت هـــذه الأدوات وبالذات أجهزة الفيـــديو والتسجيل ومكبرات الصـــوت والتليفون على تنشيط ودعم قنوات الاتصـــال الشخصى بنوعيها الرسمى والشعبى بالقرية واضعاف مركز قنوات الاتصال الجماهيرى المركزى ، كما تتمثل فى التليفزيون والراديو والصحف سواء من حيث درجـــة اعتماد القرويين عليها فى تلبية احتياجاتهم الاعلامية ، وتصريف شئون حياتهم اليومية أو سلوك التعامل وكيفية استخدام هذه الأجهزة فى الوقت الراهن .

٢) مع الانتشار الواســـع لأجهزة الاتصال الجماهيرى بالقرية المصرية الا ان الصورة الذهنية لدى القرويين تجاه هذه الأجهزة فى الوقت الحالى غير ايجابية أو مواتية ، حيث تغلب الرؤية الترفيهية لهذه الأجهزة ، فالراديـــو لم يعد وسيلة لمعرفة أخبار الدنيا « وانما أصبح وسيلة لسماع القرآن الكريم والأغانى ، كما أن التليفزيون وسيلة للراحة والمتعة والانبساط منخلال مشاهدة المسلسلات والأفلام ، والصحيفة لمتعد أداة للتثقيف ولكنللتسليه وشغلوقت الفراغ وتتبع أخبار المباريات والحوادث فى المقام الأول ، ويأتى تغليب هـــذه الرؤى كرد فعل منجانبالقرويين لابتعاد جلمضمون هذه الأجهزه عن الاهتمام بقضايا وهموم سكان القطاع الريفى ، من ناحية ، وروتينية المضامين الاخبارية والتثقيفية التى تثيرها هذه الأجهزة من ناحية أخرى .

٣ — لا يزال الراديو يحتل مكـــانة متميزة بين أجهزة الاتصال بالقرية حيث اختفت تماما نسبة عدم الاستماع اليه على الاطلاق بين المبحوثين ولم تتجاوز نسبة الاستماع اليه حسب الظروف » (٢٠٪) فى حين بلغت نســـبة الاستماع اليه بصـــفة دائمة (٨٠٪) من اجمـــالى أفراد العينـــة ، كما أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٠٪) أوضح أن الراديو « ضرورى جدا » ولم تتجاوز نسبة الاستجابات التى تشير الى عـــدم الاهتمـــام بالراديو (٤٠٪) من اجمالى المبحوثين . ومع ذلك فان ضعف دور هذه الوسيلة الاتصالية بالقرية يكمن فى سلوك التعـــامل الراهن مع الراديو ، حيث تلاشت ظاهرة التعرض الجمـــاعى ومناقشـــة مضمون الراديو مع الآخرين كمـــا كان الحـــال فى الخمسينيات والستينيات فى مقابل تعاظم ظاهرة التعرض الفردى ، كمـــا أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٨٠٪) يستمعون الى الراديو أثناء انخراطهم فى أداء عمل ما ، وهـــذا يشير الى سلوك التعرض غير الواعى أو النـــاقد لمضمون ما يذاع ، وهو السلوك الذى انعكس فى عـــدم تفضـــيل أو تمييز القرويين بين المحطات الاذاعية المختلفة حيث أشـــار (٦٠٪) منهم الى أن « كلمة ذى بعضه » باستثناء أوقات الأزمات والأحداث الهامة ، حيث يتزايد اقبال القرويين على الاستماع الى الاذاعات الأجنبية .

٤ — على الرغم من ارتفاع معدلات حيـــازة أجهزة التليفزيون بالقرية الا أن مكانة وكثافة استخدام هذه الوسيلة الاتصالية أخذ فى التراجع حاليـــا بالمقـــارنة بحقبتى السبعينيات والثمانينيات ، حيث تظهر البيانات أن ما يقرب

من (٦٠٪) من المبحوثين اما انهم يتعرضون الى التليفزيون بطريق الصدفة وحسب الظروف ووقت الفراغ أو لا يتعرضون اليه على الاطلاق بسبب المشغولية وضيق الوقت فى حين أن (٤٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين بالقرية هم الذين يتعرضون يوميا وبصورة منتظمة الى التليفزيون ، كما أن مدة التعرض تميل الى الانخفاض ، حيث لاتتجاوز هذه المدة ساعة يوميا لدى الغالبية العظمى من المبحوثين فى حين لم تتعد نسبة منيتعرض للتليفزيون لمدة ساعتين او اكثر (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين . والأهم من كل هذا وذاك ، هو ذلك التصور المتنامى لدى قطاع غير قليل من القرويين بأن الفرجة على التليفزيون «حرام» وبلغت نسبة هذا الاقرار (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين فى مقابل (٤٥٪) اقروا بأنه حلال ولم يتمكن (٢٠٪) من ابداء الراى او اصدار حكم فى هذه القضية ، وكان ذلك مؤشرا واضحا لرواج الاستخدام الترفيهى للتليفزيون واقتصار هذا الاستخدام على مشاهدة المسلسلات والافلام والمباريات الرياضية من ناحية ، والموقف العدائى وغير الايجابى المتنامى لدى القرويين تجاه بعض ممارسات التليفزيون من ناحية اخرى .

٥ — مع التحسن الملحوظ الذى طرأ على مركز الصحف بالقرية المصرية خلال حقبتى السبعينيات والثمانينيات فى اطار تزايد اعداد المتعلمين بالقرى وتحسن طرق المواصلات واتصال القرويين بالعالم الخارجى ، الا انه فى اطار خلو مضمون الصحف من الأحداث الهامة او الأمور المتعلقة بالقرويين وغلو اسعارها ، اخذ هذا المركز فى التراجع والضعف مرة أخرى ، حيث اظهرت البيانات ان درجة تعود القرويين على قراءة الجرائد لا تتجاوز (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين القادرين على القراءة . فى حين ان هناك (٣٥٪) يتعرضون لها احيان وبالمصادفة ، كما تظهر البيانات اختفاء ظاهرة شراء القرويين لأكثر من جريدة واحدة ، وان وقت الفراغ ، وليس طبيعة المضمون ، هو العنصر الحاكم فى تحديد مدة تعرض قارىء الصحيفة لها ، فاذا ضاق وقتالفراغ قلت مدة القراءة ، أو حتىأهملت تماما ، وفى هذا الاطار أوضح (٥٥٪) من اجمالى المبحوثين ان الوقت المستغرق فىقراءتهم للجريدة يتوقف على الوقت المتاح (حسب الظروف) ولم تتجاوز نسبة من اقر بقراءته للجريدة لمدة ساعة او اكثر (٢٠٪) واشار بقية الافراد (٢٥٪) ان الوقت المستغرق فى قراءتهم للجريدة يتراوح من خمس دقائق ونصف ساعة وهى معدلات لا تكفى سوى للالمام السريع بموضوعات الجريدة وبالتالى تدنى قدراتها التأثيرية .

وقد اظهرالبحثان مركز جرائد المعارضة لا يقل سوءا عن مركز الجرائد القومية أو المجلات الاسبوعية . بيد أن هذا المركز كثيرا ما يطرأ عليه بعض التحسن بين الحين والآخر وذلك فى اوقات الازمات او وقوع الأحداث الهامة ، حيث يتزايد الاقبال على صحف المعارضة للوقوف على

وجهة النظر غير الرسمية وتتناقل مضامينها بسرعة عبر قنوات الاتصال الشخصى ، ويظل الأمر هكذا متى ظل الحدث ساخناً ، ثم يتلاشى هذا الاقبال بعودة الأمور الى سيرتها الطبيعية ، حيث يقتصر استخدام الأفراد للصحف عندئذ على متابعة أخبار الرياضة او الالمام السريع ببعض الأحداث الداخلية والخارجية ، والتعرف على برامج الاذاعة والتليفزيون والوفيات دون تعرض يذكر للمقالات الافتتاحية أو مضامين الاعمدة الثابتة وغيرها مما يشير الى تدنى المهمه التثقيفية أو التوجيهية للصحف وتنامى الاستخدام الترفيهى لها شأنها فى ذلك شأن أجهزة التليفزيون والراديو .

٦ — حدث تحسن ملحوظ فى مركز اجهزة التسجيل فى القرية المصرية حيث وصلت معدلات حيازه هذه الأجهزة (٥٥٪) من اجمالى المبحوثين بالقرية وان هناك (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين يتعرضون لهذه الأجهزة بصفة دائمة ومنتظمة و (٦٠٪) احيانا فى حين لم تتجاوز نسبة من أقر بعدم تعرضه لأجهزة التسجيل (٥٪) فقط من اجمالى المبحوثين بقرية البحث . وتأتى شرائط الأغانى فى المرتبة الأولى من حيث تفضيلات المبحوثين ، ويلى ذلك الشرائط الدينية وبالذات شرائط القرآن الكريم ، وفى المرتبة الثالثة ، تأتى شرائط المواويل الشعبية التى تحكى قصص ومأثورات شعبية ؟ واظهر البحث أن تحسن مركز أجهزة التسجيل ، وتزايد الاقبال عليها بين القرويين لم يسحب اية اعداد من جمهور الراديو ، وأن تأثيره انحصر فقط فى تقليل معدلات الاستخدام الترفيهى للراديو وتعديل حجم وتوقيت التعرض للبرامج الاذاعية .

٧ — تزايد تواجد اجهزة الفيديو بالقرية ، حيث بلغ عدد حائزو هذه الأجهزة (٣٠) فردا ينتمى معظمهم الى فئات الموظفين والمهنيين والحرفيين الذين عملوا بالخارج ، بيد ان اثر هذه الاجهزة يمتد ليشمل قطاع اوسع حيث عادة ما تأخذ مشاهدة الفيديو طابعا جماعيا ، حيث يدعى الاقارب والاصدقاء والجيران ، واظهرت المشاهدات الواقعية أن بعض حائزى هذه الاجهزة بالقرية لديهم جهاز ارسال (هوائى) يستخدم فى نقل الفيلم المعروض بالفيديو لكى تستقبله اجهزة التليفزيون فى البيوت الاخرى المجاورة ونتيجة لذلك اقر (٥٪) من اجمالى المبحوثين بأنهم يشاهدون الفيديو بصفة دائمة ، وأن (٣٥٪) احيانا ، وحسب وقت الفراغ فى حين ذكر (٦٠٪) انهم لا يشاهدون الفيديو وقدموا فى ذلك مبررات تتعلق بضيق الوقت وعدم الفراغ فى المقام الأول بما يعنى استعدادهم لمشاهدة الفيديو اذا توفر الوقت رغم ميل الكثير منهم الى تحريم مشاهدة الفيديو أو وصف رواده بالابتزال والتفاهة مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى هذا المجال واظهر المبحوثون تفضيلا واضحا لمشاهدة الافلام الهندية وبلغت نسبة هذا التفضيل (٦٨٫٧٥٪) من اجمالى عدد الافراد الذين اقروا بمشاهدة الفيديو ، فى حين لم تتجاوز نسبة تفضيل الافلام المصرية أو الافلام الاجنبية الاخرى عن (٢٥٪) و (٦٫٢٥٪) على الترتيب ، هذا ولم يظهر

البحث اية تأثير لتزايد تواجد اجهزة الفيديو على حجم وسلوك تعرض القرويين لاجهزة التليفزيون .

٨ — راجت فى الآونة الاخيرة بالقرية اجهزة مكبرات الصوت ، وتعددت مجالات استخدام هذه الاجهزة فى الاتصال بالقرية ، حيث لا يقتصر استخدامها على رفع الآذان فى مواقيتها ونقـل شـعائر الصـلاة وبالذات خطبـة الجمعـة فى المسـاجد ، ولكن ايضـا فى اذاعة الاخبـار والاحداث الهامة التى تقع فى البلد مثل الاعلان عن وفاة أحد الاشخاص ، أو موعـد تشييع الجنـازة أو غيـاب احد الاطفـال ، أو فقدان بعض الاشياء ، كما تستخدم قنوات الاتصـال الشخصى الرسمى بالقرية مكبرات الصـوت فى اذاعة التعليمات والنصائح والارشـادات التى تريد توصيلها الى اهـالى القرية ، فضلا عن الاستخدام التجارى لها ، وينصت أهالى القرية الى مايذاع عبر هذه الاداة باهتمام بالغ نتيجة لارتباطه مباشرة بأمور حياتهم اليومية ، مما يشير الى الدور الهام الذى أصبحت تلعبه مكبرات الصوت كاحد اعمـدة مكونات بنـاء الاتصـال فى القرية التى يمكن استخدامها بكفـاءة فى احداث التغيير بالقرية .

٩ — تزايد انتشـار أجهزة التليفـون بالقرية ، بيـد أن البيـانات الواقعية تشير الى انعدام فاعلية تواجد هذه الاجهزة فى تداول المعلومات بين الافـراد داخـل القـرية ، وقد مال المبحوثون فى استجاباتهم حول دواعى حيازتهم لجهـاز التليفون الى ترديد استجابات مثل : « اهو فخرة ومنظرة » « ذىذى غيرى » ، « قلنـا أهم خمسين جنيه ونبقى من أولاد الذوات » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن استمرارية تدنى حاجة هؤلاء الافراد الى هذه الوسـيلة الاتصـالية ، واقتصار رؤيتهم لها على اعتبار انهـا وسـيلة لاضفـاء المكانة والتفاخر على حائزيها بالقرية .

١٠ — اثر دخول وانتشار اجهزة الاتصـال الحديثة فى مجتمع القرية على انماط الاتصـال التقليدية بها ، وتلاحظ ان هـذا التاثير يميل ناحيـة التفرد وفك الترابط واللقاءات الجمـاعية ، واضعاف اتصـال المشـاركة بصـفة عامة والتى كانت تميز هذه الانماط ، وفى هذا الاطار اختفت لقاءات «المصطبة» وتقلص دور دوار العمـدة ، كاحد اهم مواقع الاتصـال التقليدية بالقرية ، وكذا دور المقهى كموقع لعقد اللقاءات واجراء الاتصالا وتبادل الآراء والمعلومات ، وعلى نفس المنوال ، تقلص دور الجمعيـة التعـاونية الزراعية وكذا الوحدة الصـحية باعتبارهما مواقع لمؤسسات خدمية بالقرية كان يرتادها القروى للحصـول على المعلومات فى المجـالات المختلفة ، بعـد ان أصبح ما لدى هذه الاماكن كجهـات اتصال رسـمية من معلومات يصل عبر مختلف وسـائل الاتصال الجمـاهيرى ، أو مكبرات الصوت مما خفض من اعـداد رواد هذه الاماكن واقتصر التردد عليها حاليا على قضاء المصلحة

المباشرة فقط كما اختفت وظيفة « منساد القرية » بعد انتشار اجهزة مكبرات الصوت وتبين ان التغيير الجديد ، لم يكن فى صالح فاعلية العملية الاتصالية حيث ان وظيفة هذا الشخص لم تكن تقتصر فقط على اذاعة المعلومة بصوت جهورى يسمعه اهالى القرية كما تؤديه حاليا مكبرات الصوت ولكن فى اجراء حوار مع الاهالى والرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم وهو ما لا يحدث حاليا مع الشكل الاتصالى الجديد ، مما يؤكد ما سبق ان اشرنا اليه من اتجاه تاثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى القرية ناحية تفتيت اتصال المشاركة التقليدى بالقرية .

كما اثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالذات اشرطة التسجيل على الوان مختلفة من الفلكلور الشعبى مثل المواويل الشعبية وحلقات الذكر والانشاد الدينى « الحضرة » التى كانت تقام بصورة منتظمة فى البيوت بالتبادل بين الافراد حتى أواخر الستينيات وبصورة غير منتظمة خلال حقبة السبعينيات ، واصبح من السهل حاليا الاستغناء عن طرق الغناء والرقص والمطرب الشعبى لاحياء ليالى الافراح والموالد والمناسبات مع كثرة شرائط التسجيل الخاصة بهذه المناسبات و اتجاه التاثير هنا يسير ناحية القضاء على مجالات الابداع الشعبى التلقائى فى هذه الالوان من الاتصال .

لقد احدث دخول وانتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى مجتمع القرية مجموعة من التاثيرات الثقافية الواضحة فى هذا المجتمع يمكن رصدها على ثلاثة مستويات اساسية وهى :

١) مجتمع القرية :

اثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى الشكل المعمارى للقرية ، وكان ابرز مجالات التاثير وضوحا فى هذا الجانب ، اختفاء « المصطبة » من بيوت القرويين ، ودفع الافراد الى التفكير فى نمط بناء البيت ليأخذ الطراز الجديد حيث يستخدم الطوب الاحمر والاعمدة والاسقف الخرسانية بدلا من الشكل التقليدى المعروف حيث تقام البيوت بالطوب اللبن وترصع الاسقف بسعف النخيل . وعدم الاهتمام ببناء « المئذنة » فى المساجد المقامة حديثا ، والتى كانت تشكل احد ملامح الطراز المعمارى الاسلامى فى بناء المساجد ، وذلك نتيجة لتقلص وظيفتها بعد دخول مكبرات الصوت . ولم يظهر البحث اية تاثيرات واضحة لتواجد تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرية على معدلات الانتاج وان لقضى ما يمكن اقراره فى هذا الجانب هو ان بعض القرويين ، عدلوا من مواعيد عملهم ونشاطهم اليومى ليتفق مع مواعيد بعض البرامج وبالذات مسلسلات التليفزيون او المباريات الرياضية دون تاثير واضح على حجم ومعدلات الانتاجية ونشاط العمل اليومى المعتاد . كما لم يظهر البحث اية علاقة واضحة بين تكنولوجيا الاتصال واحوال سوق العمل

التى تشهد اختلالا واضحا فى القرية ، واقتصر دور هذه التكنولوجيا على تدعيم الاتجاه للعمل فى اكثر من مهنـــة و قبول العمل فى اى « حاجة تكسب » وخلص البحث بصفة عامة فى هـــذا الجانب الى ان ظروفا موضوعية اخرى هى الاكثر تأثيرا فى الجوانب المتعلقـــة بقضايا الانتاج ، وسوق العمل ، والحراك المهنى بالقرية ، وان تأثيرات ادوات الاتصال فى هذه الجوانب تعد طفيفة للغاية وغير منظورة وتقتصر على الجانب التدعيمى لما يموج به الواقع من متغيرات مختلفة .

وكان المجال الاكثر تأثيرا بفعل دخول ادوات الاتصال الحديثة الى مجتمع القرية ، هو المتعلق ببناء القوة والنفوذ داخـــل القرية ، حيث ساهمت هـــذه الادوات بصورة ملحوظةفىتدهور مكانة ونفوذ شخصياتهامة ظلت تلعبدورا تاريخيا فى تقرير مجريات الأمور داخل القرية . منها : العمدة ، وشيخ البلد ، وكبار الحائزين وملاك الأرض وموظفى الجمعية الزراعية وناظر المدرسة ، وامام المسجد وكبار السن والعائلات باعتبارهم من كبار قيادات الراى والمكانة داخل القرية ، وذلك من خلال فك احتكار هذه الشخصيات للمعلومات حيث كان يشكل احتكارهم لها احـــد عناصر نفوذهم ومكانتهم بالقرية ، وبفضل اجهزة الاتصال أصبحت المعلومات متاحة لقطاع واسع من الافراد ، ومع المعلومات تزايد وعى الأفراد ومعارفهم بأمور عديدة وأصبحوا اكثر قدرة علىالمناقشة وابداء الآراء من ذى قبل بفعل تنقلاتهم وتعرضهم المستمر لمضامين اجهزة الاتصال .

ب) مستوى الأســــرة :

تحددت اهم وابرز تأثيرات الاتصال فى هذا المستوى فيما يلى :

١ — اثرت اجهزة الاتصال الحديثة بفاعلية فى تدعيم التحول فى بنـــاء الاسرة الريفية من الأسرة الممتدة الى الأسرة النووية . كما ساهمت فىتخفيض حجم المنازعات والخلافات التى كانت تقع سواء بين اعضاء العائلة الواحدة او بينهم وبين الجيرانأو غيرهم من سكان القرية .

٢) ساعدت اجهزة الاتصال وبالذات الراديو والتليفزيون فى تدعيم مكانة المراة الريفية وتعزيز دورها داخل الأسرة ، والنهوض بمسئوليتها وبالذاتفى السنوات الاخيرة ، التى شهـــدت تدهور ملحوظ فى سلطة رجـــل البيت الغائب باستمرار عن البيت بسبب الانهماك فى العمل وفى اكثر من مهنة أو بالهجرة للعمل بالخارج . وقد أظهر الحوار مع المبحوثات مناعضاء العينة انالجانب الاكبر منهن (٥٦ ٪) رغم انهن غير متعلمات الا ان لديهن معرفة واسعة بتنظيم الاسرة وشعاراتها وأسماء الكثير من الممثلات والمذيعات ، وأظهرن قدرة واضحةعلى الحوار وابداء الرأى ، مما يشير الى الارتفاع الملحوظ فى مستويات الوعى لديهن ، ودور اجهزة الاتصال فى هذا المجال .

٣) تؤثر اجهزة الاتصال بفاعلية فى مجال تنشئة الطفل القروى وبالذات مع

تراجع دور الأسرة ، والمؤسسة التعليمية فى عملية التنشئة لما يحيط بهما من مشكلات ، واظهر البحث فى هذا المجال ، ان الأطفال صغار السن والصبية يكتسبوا الكثير من العادات السلوكية والألفاظ اللغوية تميل فى جانبها الاكبر الى النمط الحضرى وتأخذ طابعا اكثر تحررا فى العلاقات الاجتماعية وبالذات العلاقة بين الولد والبنت على النحو الذى تروج له اجهزة الاعلام ويبتعد كثيرا عن العادات والتقاليد الريفية .

٤ — لعبت اجهزة الاتصال دورا كبيرا فى مجال تحول الانماط الاستهلاكية والعادات الغذائية للأسرة الريفية وعرف الفلاح المصرى من خلال الاجهزة وبالذات اعلاناتها التجارية الكثير من المشروبات والأطعمة والمقتنيات لم يكن يألفها او معتاد عليها من قبل .

جـ (المستوى الفــــردى :

اظهر البحث فى هذا المستوى ان هناك تحسن واضح وملحوظ فى مستويات وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقومية ، وارتفاع قدرة العديد من الفئات فى القرية على الاتصال واجراء الحوار وابداء الرأى فى المسائل المعروضة . وخلص البحث فى هذا الجانب الى ان اجهزة الاتصال ساهمت مع متغيرات اخرى هامة كالتعليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجى . الخ فى هذا الانفتاح فى شخصية القرويين .

١٢ — يتكون بنــاء الاتصال الحالى فى القرية المصرية من ثلاثة مكونات اساسية : **قنوات الاتصال الجماهيرى (المركزية والمحلية)** ومركزها بالغ الضعف والسوء ، سواء من حيث الصوره الذهنية ، او درجة اعتماد القرويين عليها فى تصريف شئون حياتهم اليومية او تلبية احتياجاتهم الاعلامية باستثناء الاحتياج الترفيهى . **وقنوات الاتصال الشخصى الرسمى** ، وقــد تقلص دورها وفاعليتها بفعل متغيرات عديدة شهدتها القرية المصرية فى الحقبة الأخيرة (كالتعليم والانفتاح والهجرة وأدوات الاتصال) فضــلا عن ان الصورة الذهنية والمكانة التى كان يحظى بها القائمون بالاتصال فى هذه القنوات لم تعد ايجابية وراسخة ، كما كان الحال من قبل . **وقنوات الاتصال الشخصى الطبيعى او العادى بين الافراد** ، وهذه اصبحت اكثر نشاطا وحيوية بالقرية بتحسن قدرات العديد من الافراد على الاتصال ، بفعل التغيرات الموضوعية التى شهدتها القرية المصرية . وتتسم العلاقة بين المكونات الثلاثة بالضعف وعدم التجانس وتسير ناحية التباعد والانفصال . مما يجعل النظام الاتصالى بالقرية مترهل وعاجز وعرضة للاختراق سواء من خلال البث الأجنبى المباشر ، او ترويج الشائعات والأقاويل والدعاية المغرضة والمثيرة للحقد والفتن من خلال قنوات الاتصال الشخصى الطبيعى التى اصبح لها السيادة فى بناء الاتصال الراهن بالقرية .

١٣ — على ضوء المعطيات السابقة وما توصل اليه هذا البحث من حقائق يمكن تصور مستقبل النظام الاتصالى فى القرية المصرية ، وفقا للسيناريوهات التاليـــــة :

أ) فى حالة استمرارية الأوضاع الراهنة ، فان الهوة بين مكونات بنيـــة الاتصال الحالية تتجه نحو المزيد من التباعد والانفصال ، مما يدفع القرويين فى اتجاه اقامة نظامهم الاتصالى الخاص والمستقل عن نظام الاتصال الرسمى بقنواته الجماهيرية والشخصية وذلك بمساعدة تكنولوجيا الاتصال الصغيرة .

ب) فى حالة ادخال بعض التحسينات على اداء قنوات الاتصال الجماهيرى بادخال تحسين على برامجها وزيادة حيز اهتمامها بالقطاع الريفى ، مع استمرارية الظروف الموضوعية الراهنـــة بجوانبها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية دون التدخل ببرنامج تنموى طموح يستهدف تغييرها الى الأفضل ولصـــالح اعادة بناء القرية المصرية ، فان النظام الاتصالى سيظل عاجزا وقاصرا عن تلبية الاحتياجات الاعلامية للقرويين كما هو الوضع القائم حاليا .

جـ) فى حالة تنفيذ برنامج تنموى متكامل وغير متحيز يتصدى فى الأساس للقضايا والمشكلات الحقيقية التى تعانى منها القرية المصرية ، ويأخذ فى الاعتبار مصالح واهتمامات الغالبية المنتجة بالقرية ، واقامة نسق للاتصال الجماهيرى المحلى (صحافة ، اذاعة ، تليفزيون) يعمـــل بالتعاون والتنسيق مع قنـــوات الاتصال الشخصى فى اطار خطة التنمية المشار اليها ، فان بناء الاتصال سيعاود تماسكه وتزداد فاعليته فى احداث التغيير بالقرية المصرية بالصورة المنشودة .

قائمة المراجـــع

أولا : المراجـــع العربيـــــة :

١ — **ابراهيم امام** ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، القاهــرة ، مكتبة الانجلو المصـــرية ، ١٩٨١

٢ — **ابراهيم السمان** ، تعامل غير متوازن ، مجلة العربى ، مايو ، ١٩٨١

٣ — احمد **ابوزيد** ، **الاتصال** ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، سبتمبر ، ١٩٨٠

٤ — **أحمد بدر** ، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية ، الكويت ، وكالة المطبــوعات ، ١٩٨٢

٥ — **اريك بارنو** ، الاتصـــال بالجماهير ، ترجمة صلاح عز الدين وآخرون ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٨٠

٦ — **انشراح الشبال** ، مدخل فى علم الاجتماع الاعلامى ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٥

٧ — **انطوان زحلان** ، الشروط الواجب توافرها لمشاركة عربية فى التكنولوجيا المتقدمة ، ندوة التكنولوجيا المتقدمة ، منتدى الفكر العربى ، عمان ١٩٨٦

٨ — **المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام** ، حول الملامح العـــامة لاستراتيجية الثقافة ، الدورة الثالثة ، يونيو ، ١٩٨٢

٩ — **المجالس القومية المتخصصة** ، تقرير المجلس القومى للثقافة والآداب والاعلام ، الدورة السادسة ، يونيو ، ١٩٨٥

١٠ — **ساميه محمد جابر** ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث ، الاسكندرية دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤

١١ — **سعد لبيب** ، الأمن الثقافى فى مجال العمـــل الإذاعى ، مجلة دراسات اعلامية ، اكتوبر / نوفمبر ، ١٩٨٧

١٢ — **سمير حسين** ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادىء ، القـــاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٦

١٣ — **سمير حسين** ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، عالم الكتب ١٩٨٤

١٤ — **سيد عويس** ، علم الاجتماع فى المجتمعات النامية بين التبعية والاستقلال فى : اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤

١٥ — **جلال أمين** ، بعض مظاهر التبعية الفكرية فى الدراسات الاجتماعية فى العالم الثالث ، ندوة اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤

١٦ — **جلال مدبولى** ، الاجتماع الثقافى ، القاهرة ، دار الثقافة للطباعة والنشر ١٩٨٦

١٧ — **جيهـــان رشتى** ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٨

١٨— **حامد عمار** ، بعض محاور الثقافة القومية ، منتدى الفكر العربى ، مارس ١٩٨٦

١٩ — **حامد ربيع** ، فلسفة الدعاية الاسرائيلية ، مركز ابحاث منظمة التحرير الفلسطينية ، بيروت ، ١٩٧٠

٢٠ — **حسن الكاشف** ، تعريف الثقافة ، دراسة ميدانية ، الحلقة الدراسية الثالثـــة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القـــومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ، ١٩٨٣

٢١ — **حسين حمدى الطوبجى** ، التكنولوجيا والتربية، الكويت، دار القلم، ١٩٧٨

٢٢ — **حسين فوزى النجار** ، الاعلام المعاصر ، سلسلة اقرأ يناير ، ١٩٨٤

٢٣ — **حمدى قنديل** ، الأبعاد الدولية لاستخدامات الاقمار الصناعية ،منتدى الفكر العربى ، عمان ، ١٩٨٦

٢٤ — **خالد رشيد** ، الاعلام العربى واقعه وأبعاده ومستقبله ، بغداد ، دار الحرية ، ١٩٨١

٢٥ — **خليل صابات** ، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها ، القـــاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٦

٢٦ — **ديفيد ويفر وكريستير ادغان** ، نظرة عامة على الاعلام والتنمية ، ترجمة منى الطاهر ، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة ، ١٩٨٥

٢٧ — **زيدان عبد الباقى** ، وسائل وأساليب الاتصال ، القاهرة ، دار غريب للطبـــاعة ، ١٩٧٩

٢٨ — **شاهيناز طلعت** ، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٠ .

٢٩ — **شون ماكبرايد وآخرون** ، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، ١٩٨١

٣٠ — **صلاح عبد المتعال** ، التنمية الثقافيــة بين اتصال المشاركة والاعــلام الجماهيرى ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية واجنائية ، مايو ١٩٨٣

٣١ — **صلاح قنصوه** ، مواجهة منهجية لقضية التراث ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية مايو ، ١٩٨٣

٣٢ — **طلعت منصور** ، سيكلوجية الاتصال ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر العددالثــانى ، سبتمبر ، ١٩٨٠

٣٣ — **طه محمود طه** ، وسائل الاتصال الحديثة ، عالم الفد ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثــانى ، سبتمبر ، ١٩٨١

٣٤ — **عادل حسين** ، الاقتصاد المصرى بين الاستقلال والتبعية ، الجزء الأول والثانى ، ط ٤ ، القاهرة ، دار المستقبل العربى ، ١٩٨٢

٣٥ — **عبد الغفار رشاد** ، دراسات فى الاتصال ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ١٩٨٤

٣٦ — **عبد القادر حاتم** ، الاعلام والدعاية ، القاهرة ، الانجلو المصرية ، ١٩٧٢

٣٧ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، دور الصحافة فى تغيير القيم الاجتماعية (رسالة دكتوراه) كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧

٣٨ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، الاعــلام وهجرة المصريين ، القاهرة ، مكتبــة النهضة المصرية ، ١٩٨٩

٣٩ — **عبدالفتاح عبد النبى** ، سسيولوجيا الخبر الصحفى ، القــاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩

٤٠ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراســة اعدت فى اطار بحث الاعلام ، ومستقبل القرية المصرية ، الذى يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، (تحت الطبع)

٤١ — **عبد الهادى سويفى** ، دور الدولة فى تنظيم نقــل التكنولوجيا فى ظل الاقتصاد المختلط ، المؤتمر العلمى السنوى الثامن للاقتصاديين المصريين مايو ١٩٨٣ .

٤٢ — **عبد الله الخريجى** ، الضبط الاجتماعى ، دار الشروق ، جده ، المملكة العربية السعودية ، ١٩٧٩ .

٤٣ — **عفيفى عواد** ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مجلة الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ .

٤٤ — **عواطف عبد الرحمن** ، قضايا التبعية الاعلامية والثقافية فى العالم الثالث، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

٤٥ — **على فهمى** ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية الجنائية ، مايو ١٩٨٣ .

٤٦ — **فرج الكامل** ، تأثير وسائل الاتصال ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٥ .

٤٧ — **فرنسيس بال** ، وسائل الاعلام فى الدول النامية ، ترجمة حسين العودات ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ادارة الاعلام ، ١٩٨٢ .

٤٨ — فؤاد زكريا ، أراء نقدية فى مشكلات الفكر والثقافة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٥ .

٤٩ — **فؤاد زكريا وشاكر مصطفى** ، الثقافة العربية والاعتماد على الذات ، المعهد العربى للتخطيط ، الكويت ١٩٨٨ .

٥٠ — **فلاح سعيد جبر** ، مشاكل نقل التكنولوجيا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٩ .

٥١ — **كمال المنوفى** ، وسائل الاعلام الصغيرة ، وحياة المصريين فى القرى ، المجلة الاجتماعية القومية ، سبتمبر ١٩٨٢ .

٥٢ — مجموعة الدراسات والبحوث التى قدمت فى اجتماع خبراء بحوث الاعلام فى الوطن العربى ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، القاهرة ، ديسمبر ، ١٩٧٨ .

٥٣ — **مجلس الشورى** ، تقرير لجنة الخدمات عن موضوع نحو سياسة ثقافية للانسان المصرى ، دورة الانعقاد العادى السادس ، ديسمبر ، ١٩٨٥ .

٥٤ — **محمد أحمد خلف الله** ، الدين كركيزة للثقافة العربية ، الحلقة الدراسية الثالثة للبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ١٩٨٣ .

٥٥ — **محمد الجوهرى** ، الانثروبولوجيا ، ط ١ ، دار المعارف ، ١٩٨٠ .

٥٦ — **محمد عبد القادر احمد** ، دور الاعلام فى التنمية ، العراق ، منشورات وزارة الثقافة ، ١٩٨٢ .

٥٧ — **محمود عودة** ، اساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، القاهرة ، مكتبة سعيد رأفت ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٣ .

٥٨ — **مختار الصحاح** ، مكتبة مصطفى الباب الحلبى ، القاهرة ١٩٥٠ .

٥٩ — **منتدى الفكر العربى** ، القمر الصناعى العربى ، بين مشكلات الأرض وامكانات الفضاء ، عمان ، ١٩٨٦

٦٠ — **نادية سالم** ، الهوة بين وسائل الاتصال والثقافة الشعبية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ، ١٩٨٣

٦١ — **نادية سالم** ، اثر اعلانات الصحافة والتليفزيون على تغيير الذوق المصرى بعد سياسة الانفتاح الاقتصادى ، المؤتمر الدولى التاسع للاحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكان ، المركز القومى للبحوث ، أبريل ، ١٩٨٤

٦٢ — **نجيب عيسى** ، مشكلة التكنولوجيا فى العالم الثالث ، الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧

٦٣ — **وليام ريفرز وآخرون** ، وسائل الاعلام فى المجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ، دار الفكر العربى ، ١٩٧١

٦٤ — **يوسف مرزوق** ، مدخل الى علم الاتصال ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٨

ثانيـــا : المراجع الأجنبيـــة :

1. ALAN Swinge Wood, The Myth of Mass Culture, Macmillan Press, London, 1979.
2. Ball Pokeach, S. & Defleur ,M., Adependency Model of Mass Media effect's Communication Research, 3. 1976.
3. Berelson B., & Steiner, G., Mass Communication in Human Behaviour. Aninventory of Scientific findings, New York, Harcourt Brace & Worldinc., 1964.
4. Berlo, D., The Process of Communication : an introduction to theory and Practice. Holt, Rineart and Winston, N.Y. 1960.
5. Blumler, J. & Gurrevitch, M., The Political effects of Mass Communication, in Michael Gurevitch & other (eds) Culture, Society and the Media, Methuen, London, 1986.
6. Broddock, R., Extension of the Lasswell Formula, Journal of Communication. 1958.
7. Defleur, M., Theories of Mass Communication, New York, David Mckay, 1975.
8. Deutsh, K., on Communication Models in the Social Sciences, Public opinion Quarterly. 1966.
9. Dewey, J.. Democracy and Education. an introduction to the Philossophy of Education, the Macmillan Company, N.Y., 1954.
10. Donohue, G., Tichenoer, P. & Olien, C.. Mass Media and Knowledge gap, Communication Research. 1975.
11. Elliott, P., Media organization and Occupation an Over View, in James Curran and other (eds) Mass Communication and Society, London, Edard Arnold, 1982.
12. Festinger, L., Theory of Cognitive Dissonance. stanford, Calif. Stanford University Press, 1957.
13. Fiske, J., Introduction to Communication Studies, London, Nethuen, 1982.
14. Gerbner, G.. Toward a General Model of Communication, Audio-Visual Communication Review, 1956.

13. Harik. J., Political Mobilization of Peasant Astady of an Egyptian Community, Indiana University Press, London, 1974.

16. Katz & Lazarsfeld, Personal Influence, Glencoe Free Press. 1955.
17. Klapper, J., The Effects of Mass Communication, New York, Free Press, 1960.
18. Maxweber, the Theory of Social and Economic organization, New York. Oxford University Press, 1947.
19. Nccleod and other, Another Look at the agenda setting function of the Press, Communication Research, 1974.
20. Mccombs. M., & Shaw, D., the agenda setting function of Mass Media, public opinion Quarterly, 1972.
21. Mccombs, M., & Show, D.. Structuring the unseen environment of Communication, Spring, 1976.
22. McQuail & Windahl, Communication Models, Longman, London, 1981.
23. McQuail, D., Towards Asociology of Mass Communication, London, Collier Macmillan, 1980.
24. McQuail, D., Communication, London, N.Y., 1980.
25. Pye, Lucien, Communication and Political Development Princeton, Princeton University Press, 1963.
26. Rogers, E., Communication and Development : The Passing of the Dominant Paradigm, e., Communication Research, 1970.
27. Sereno, K., & Nortensen, & Foundations of Communication Theory, N.Y., Harper & Raw, Pub., 1970.
28. Shannon C., & Weaver, W., the Mathematical Theory of Communication, Urbana University of Illinois Press, 1964.
29. Sorokin, Pitirin Society, Culture and Peronality, Harper & Brothers, N.Y., 1947.
30. Schramm W., Men Messages and Media. N.Y., Harpers & Raw Publishers, 1973.

المحتـــويات

الموضـــوع | الصــفحة

الموضـــــوع	الصـــفحة

رقم الايداع ٧٩٤٧ / ١٩٩٠

ترقيم دولى ٩٠ — ٠١ — ٥٠٤٠ — ٩٧٧

المطبعة التجارية الحديثة
٢٢ شارع ادريس راغب — الظاهر
تليفون ٩٠٣٣٦٤ القاهرة